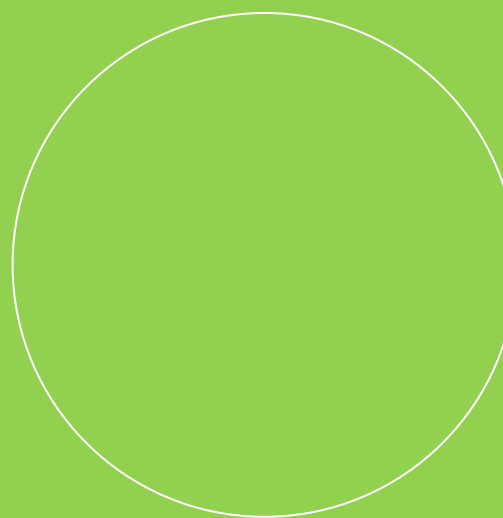


REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

COMMUNE DE LES ANGLÉS

RAPPORT DE PRESENTATION



DOSSIER APPROUVE
DCM DU 19/12/2018

PIECE N°1



SOMMAIRE

Partie 1 : Quelques éléments de présentation de la commune	5
Partie 2 : La réglementation pour l’affichage publicitaire	17
Partie 3 : Diagnostic des dispositifs publicitaires existants sur la commune (relevés de terrain effectués les 10 avril et 5 mai 2015)	25
Partie 4 : Conclusion du diagnostic	95
Partie 5 : Définition des orientations et des objectifs	103
Partie 6 : Contenu du règlement et justification des choix retenus	109

Partie 1 : Quelques éléments de présentation de la commune

I- Situation

La station de ski des Angles est née en 1964. Le village des Angles, adossé aux premiers contreforts du Roc d'Aude (2400m d'altitude) était un site idéal pour développer une station de sports d'hiver. Aujourd'hui c'est l'une des plus grandes du département avec celle de Font-Romeu. Elle dispose de trois accès aux pistes : deux par le village, le troisième par le Pla del Mir, ainsi que de quelques pistes de ski de fond du côté du Lac d'Aude.

Avec la création de la station de ski, la commune longtemps restée confinée au vieux village, a pris de l'ampleur. L'activité économique, essentiellement tournée vers l'activité sylvicole, l'élevage et l'agriculture, va progressivement permuter vers une économie touristique et de sports d'hiver. La vie de la station dépend à la fois des paysages qu'elle se doit de préserver pour rester attractive et de la possibilité de maintenir l'affichage de publicité pour faire connaître et perdurer ses commerces et ses services.

La commune est incluse dans le périmètre du Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes. Or ce classement interdit la publicité hors agglomération comme en agglomération conformément à l'article L.581-8 du code de l'environnement.

La commune a cependant la possibilité de déroger partiellement à cette interdiction à condition d'élaborer un Règlement Local de Publicité (RLP) plus restrictif que la réglementation nationale et de tenir compte des enjeux patrimoniaux et paysagers particuliers sur les différents secteurs de la commune.

II- Diagnostic paysager et enjeux partagés avec ceux du Plan Local d'Urbanisme

Les caractéristiques géographiques, environnementales, topographiques et humaines délimitent des unités paysagères donnant une identité et une lisibilité forte du territoire.

Ces unités sont fortement conditionnées par les grandes vallées qui entaillent la commune.

Les nombreuses séquences qui composent les unités de paysage du territoire offrent une succession d'ambiances et une grande diversité de perception, mettant en valeur la commune et plus particulièrement l'approche du village.

Il en résulte une très forte cohérence qui fait la richesse et l'originalité de la commune des Angles.



Perspective sur le village avec en fonds le massif du Carlit : vue depuis le lac de Matemale



Perspective sur la station et les pistes de ski



Perspective sur la plaine « en éventail » et le lac de Matemale

Plusieurs éléments ressortent du diagnostic paysager du Plan Local d'Urbanisme :

► Le paysage de la commune est caractérisé par un relief puissant dont les grandes structures restent immuables. Ces grandes structures paysagères induisent fortement l'identité du village et l'organisation du territoire. Ce dernier est compartimenté en fonction des lignes de crêtes.

► Les différentes unités paysagères offrent une succession d'ambiances et de perception très variées qui mettent en valeur la commune. Les pratiques touristique, la gestion forestière, les espaces naturels (pastoralisme, etc.) et les pôles d'accueil de l'urbanisation se mêlent avec cohérence au sein du paysage communal.

► Cependant la baisse de la pression pastorale conduit à une fermeture par enrichissement des espaces ouverts du fond de vallée et des plateaux à mi-pente. Ce fait, déjà visible, modifie les paysages.

► On note une tendance à l'introduction de modèles architecturaux et d'accompagnement végétal étrangers aux paysages traditionnels (influence « savoyarde »). Cette tendance donne une perception floue des caractères des hautes vallées.

► Il est également relevé la présence d'une pollution visuelle due à la publicité mal maîtrisée.

- Suite à ces constats, plusieurs enjeux paysagers ont été mis en exergue dans le PLU :
- Préserver le caractère du vieux village
 - Valoriser la silhouette du vieux village de forme concentrique ainsi que les structures paysagères identitaires de la commune
 - Préserver les perspectives intéressantes en balcon depuis les axes principaux
 - Requalifier les entrées de ville

II.3- Articulation PLU et RLP : les enjeux à prendre en compte

Les enjeux de paysage issus du PLU sont à prendre en compte au moment de l'élaboration du RLP, ils permettent d'appréhender la réglementation à mettre en œuvre pour protéger les paysages et garantir la cohérence entre les enjeux et règlements des deux outils.

Dans le PLU, les paysages sont pris en compte à plusieurs niveaux. Les enjeux paysagers peuvent impacter directement la réglementation à mettre en œuvre via le Règlement Local de Publicité :

Patrimoine architectural du centre ancien

- Le noyau du vieux village a fait l'objet d'une ZPPAUP (Zone de Protection Paysagère Architecturale et Urbaine) approuvée en 1993. Le périmètre de la ZPPAUP est maintenu par un zonage spécifique dans le PLU (zone UA) dont le règlement reprend les règles de la ZPPAUP.
- La silhouette du vieux village de forme concentrique sera préservée dans le PLU par le maintien d'une ceinture verte au pied du vieux village.

Interaction RLP : Le bâti est un des supports fréquents de la publicité, des enseignes et préenseignes. Il s'agit d'encadrer son utilisation afin de trouver un compromis entre préservation des caractéristiques du bâti et utilisation de ces dispositifs.

Structure paysagères identitaires

- Les structures paysagères identitaires de la commune n'ont pas toujours été préservées : des espaces artificialisés ont entamé la plaine agricole (centres de vacance et parking en entrée de station, urbanisation du Versant du Rec du Bac de Saboia, centre de secours et maison de santé au cœur de la plaine agricole).
La plaine agricole en éventail n'en demeure pas moins une structure paysagère identitaire à valoriser. Les vues sur celles-ci à partir des principaux accès sont à préserver : accès aux abords du lac (perspectives en contre-plongée) et des accès à la station (trouées visuelles entre les boisements et le bâti).

Interaction RLP : L'implantation de constructions dans les espaces à sacrifier de la commune génère l'apparition de dispositifs qu'il convient de cadrer via le RLP notamment au regard de leur impact paysager.

Entrées de ville

Les deux entrées de ville sur la station à partir de la RD32 sont des secteurs à requalifier : parking public déjà réalisé ou parking public à créer après acquisition de parcelles (aires de chaînage de la station prévus sur les deux parkings).

Interaction RLP : Les principaux accès de la station sont les plus fréquentés et offrent par conséquent une visibilité maximale pour les dispositifs publicitaires et pré enseignes. Les Angles offrent des panoramas de valeur sur la plaine agricole depuis ces axes, il convient donc de cadrer les dispositifs le long de ces routes.

III- Organisation spatiale : délimitation des différentes entités

Le village-station est constitué de plusieurs entités qui se jouxtent :

- le vieux cœur du village
- deux secteurs résidentiels au nord et au sud de la commune
- entre les secteurs résidentiels, la station de ski composée de rues commerçantes et des accès aux pistes par les télésièges et les télécabines

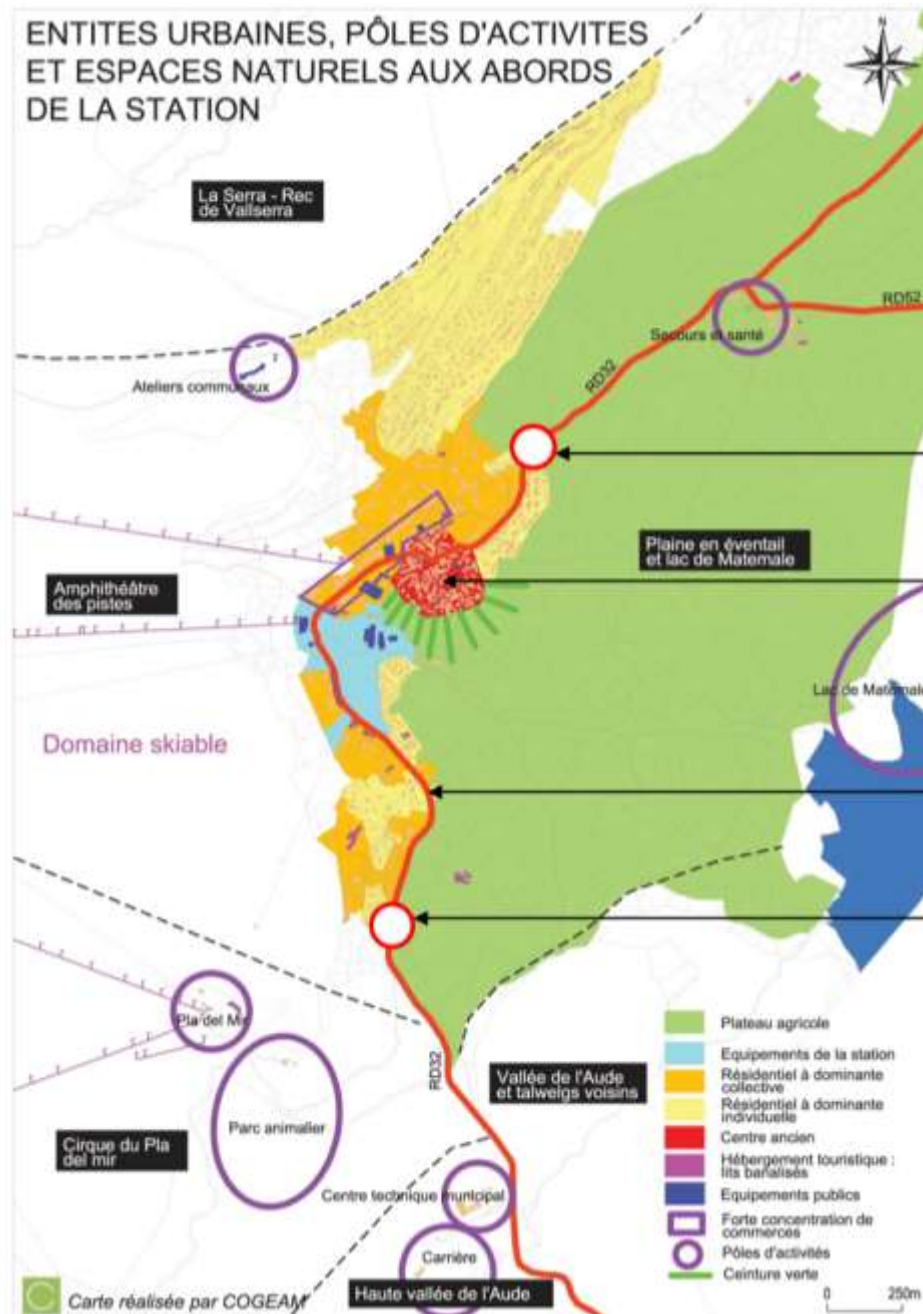
Sur le territoire communal, d'autres secteurs font l'objet d'activités dont certaines sont des pôles d'attractivité :

- le Centre Technique Municipal avec son gardiennage, le site d'une carrière (classement ICPE) et une entreprise d'ambulances
- le secteur du Pla del Mir, troisième accès aux pistes, et site du parc animalier
- le secteur du SDIS et de la maison de santé, avec la scierie et le centre équestre
- le secteur du lac de Matemale avec sa base nautique et autres activités de loisirs, qui a permis à la commune de développer la station touristique au-delà de la saison d'hiver.

Bien que la publicité hors agglomération soit interdite au sein du PNR Pyrénées Catalanes, les abords des routes départementales (RD32 et RD52) font l'objet d'affichage publicitaire.

☞ Ces différentes entités seront déterminantes pour la création des différentes zones du règlement local de publicité car elles présentent des besoins et des sensibilités spécifiques.

ENTITES URBAINES, PÔLES D'ACTIVITES ET ESPACES NATURELS AUX ABORDS DE LA STATION



IV- Les principaux axes routiers

IV.1- Le trafic routier sur les RD

D118 COL DE LA QUILLANE VEHICULES/JOUR							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Moyenne Journalière Annuelle	3346	3163	3441	3270	3166	3004	3091
Moyenne Journalière Estivale	5896	5199	5247	5202	5061	5175	5008

Source : CG66, livrets des comptages routiers, 2007-2013

D52 MATEMALE-LES ANGLES MOYENNE JOURNALIERE ANNUELLE (VEHICULES/JOUR)						
2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
/	760	827	1157	1142	1075	1138

Source : CG66, livrets des comptages routiers, 2007-2013

D32 LA LLAGONNE-LES ANGLES VEHICULES/JOUR							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Moyenne Journalière Annuelle	/	/	1477	1748	1726	1626	1722
Moyenne Journalière Estivale					2887	2786	2733

Source : CG66, livrets des comptages routiers, 2007-2013

D32 LES ANGLES-FORMIGUERES MOYENNE JOURNALIERE ANNUELLE (VEHICULES/JOUR)						
2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
/	/	2114	2069	2003	1900	1938

Source : CG66, livrets des comptages routiers, 2007-2013

D32F MOYENNE JOURNALIERE ANNUELLE (VEHICULES/JOUR)						
2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
/	1034	1125	1069	1310	1234	1306

Source : CG66, livrets des comptages routiers, 2007-2013

Les Routes Départementales 32 et 52 traversent la commune. Le trafic moyen sur l'année est relativement important :

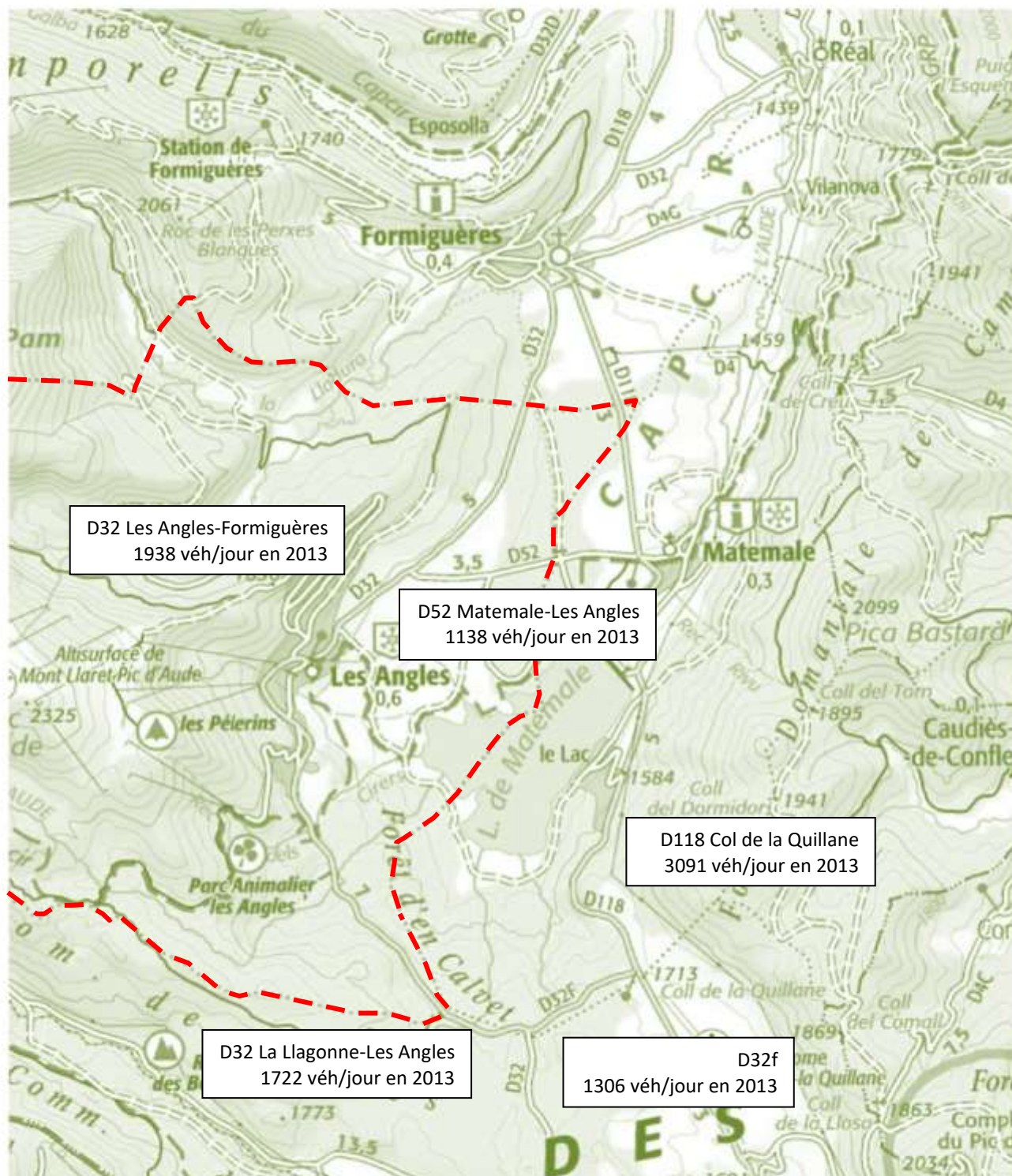
- Plus de 1500 véhicules/jour en moyenne journalière annuelle pour la RD32 qui traverse la station et donc les zones urbaines,
- Plus de 1000 véhicules/jour en moyenne journalière annuelle pour la RD52, la route des lacs, qui relie Les Angles à Matemale.

☞ La station de sports d'hiver et le lac de Matemale génèrent un trafic routier important sur les RD32 et 52 et ces deux axes sont le support de publicité hors agglomération.



Date d'édition : 01/04/2015

Sources : Géoportail IGN, OGE



GÉOMÈTRE-EXPERT
CONSEILLER SALONNIER GARANT

Portail GéoFoncier de l'Ordre des Géomètres-Experts

Document établi dans une représentation plane de type Mercator sphérique cylindrique.
L'échelle est indicative.

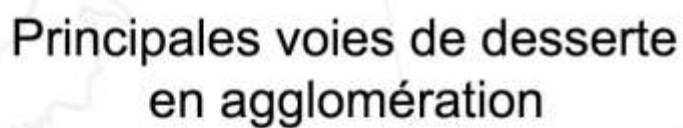
0 600 120 km

IV.2- Les principales voies de desserte en agglomération

La hiérarchisation des voies en agglomération est la suivante :

- les avenues de Mont-Louis et de l'Aude sont le prolongement de la RD32 en agglomération et traversent la station et le vieux village
- la route du Pla del Mir mène au Pla del Mir : station et parc animalier
- l'avenue de Balcère permet de se rendre au lac de Balcère
- les « rues raccourcis » : chemin de Planes et rue du tennis
- les rues permettant de se rendre à l'extrémité nord de la commune (beau panorama) : rue des jonquilles, rue de l'angélique et rue des piverts rejoignant l'avenue de Balcère.

☞ **Ces différentes rues sont le support de publicité en agglomération et l'on y rencontre la quasi-totalité des commerces de la commune et donc des enseignes.**



Partie 2 : La réglementation pour l’affichage publicitaire

I- Les objectifs de la réforme

I-1- La réforme et la commune de Les Angles

Certains éléments ci-dessous sont issus de la brochure « une nouvelle réglementation pour l’affichage publicitaire » du Ministère de l’Ecologie et du Développement durable et de l’Energie », novembre 2012.

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l’Environnement dite "Grenelle 2" a modifié en profondeur le régime de la publicité, des enseignes et préenseignes.

Les objectifs majeurs de cette réforme sont :

- d’améliorer le cadre de vie en diminuant l’impact paysager,
- de lutter contre les nuisances visuelles tout en ne compromettant pas le développement du secteur économique,
- de limiter le gaspillage énergétique pour maîtriser la demande en électricité.

Mesures prévues par le décret d’application du 30 janvier 2012, entré en vigueur le 1er juillet 2012 ?

- encadrement des formats des dispositifs publicitaires et des enseignes de manière plus restrictive,
- introduction d’une règle de densité,
- suppression partielle des pré enseignes dérogatoires hors agglomération à compter de juillet 2015,
- extinction des dispositifs lumineux,
- prise en compte les nouvelles technologies publicitaires.

La nouvelle réglementation prévoit aussi de nouvelles procédures d’élaboration des règlements locaux de publicité (RLP) et clarifie la répartition des compétences entre l’État et les communes.

Ces nouvelles dispositions sont inscrites dans le Code de l’environnement dans ses articles L 581-1 et R 581-1 et suivants.

I-2- Les enjeux d’élaboration d’un RLP pour la commune de Les Angles

Dans un Parc Naturel Régional (PNR) la publicité est interdite hors agglomération, comme sur tout le territoire français, mais également en agglomération.

Pour légaliser partiellement cette interdiction, la commune peut élaborer un Règlement Local de Publicité (RLP) qui se doit, cependant, d’être plus contraignant que le règlement national.

☞ La commune de Les Angles fait partie du Parc Naturel Régional Pyrénées Catalanes. Son RLP devra être conforme aux recommandations de la charte du PNR.

Un RLP n’a pas vocation à être mis en place dans chaque commune. Mais il peut être pertinent d’ouvrir des possibilités très cadrées d’affichage sur une commune.

☞ La commune de Les Angles, en tant que station touristique, a de forts enjeux liés à l’affichage de ses activités économiques et touristiques. Son attractivité dépend également de la qualité de ses paysages et de ses espaces bâtis et se pose ainsi la question de la qualité et de l’harmonie des enseignes et pré enseignes.

II- Les nouveautés introduites par la réforme

II-1- Types d'affichage : de nouvelles définitions

- Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
- Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
- Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

- Constitue une préenseigne dérogatoire, une catégorie de préenseignes qui, sous certaines conditions, peuvent être installées hors agglomération.

A partir du 13 juillet 2015, seules 3 types d'activités sont autorisées à se signaler hors des agglomérations :

1. la fabrication ou vente de produits du terroir par des entreprises locales,
2. les activités culturelles,
3. les monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

Les autres activités antérieurement admises (hôtel, restaurant, garage...) doivent être signalées selon le principe de la signalisation d'information locale (SIL) mise en œuvre par les gestionnaires de voirie.

II-2- De nouvelles règles de densité

La réglementation nouvelle fixe une règle de densité qui s'applique aux dispositifs publicitaires suivants :

- publicité lumineuse et non lumineuse murale,
- publicité scellée ou installée directement sur le sol.

La règle ne s'applique pas à ces dispositifs s'ils sont installés sur toiture ou palissade.

Sur le domaine privé :

Sur une unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur inférieure ou égale à 80 mètres, il ne peut être installé qu'un seul dispositif qu'il soit mural ou scellé au sol.

Il peut être installé deux dispositifs muraux sur toute unité foncière ou deux dispositifs scellés au sol sur les unités foncières supérieures à 40 mètres.

Cependant sur les unités foncières de plus de 80 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres. Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

Sur le domaine public :

Le long des unités foncières dont la longueur est inférieure à 80 mètres, il ne peut être installé qu'un seul dispositif sur le domaine public. Lorsque l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 80 mètres, il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres.

II-3- De nouveaux formats pour la publicité

La taille des communes et leur appartenance à une unité urbaine constituent le critère de détermination des dispositifs publicitaires autorisés et leur surface.

Dispositifs	Agglo <10000 hab	Agglo <10000 hab appartenant à une unité urbaine de +100 000 hab	Agglo >10 000 hab	Hors agglo	Secteurs protégés : sites inscrits, abords monuments, parcs et réserves naturelles
Publicité murale non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence	4 m²	12 m²	12 m²	Interdite	Interdite
Publicité lumineuse murale	Interdite	8 m²	8 m²	Interdite	Interdite
Publicité scellée au sol non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence	Interdite	12 m²	12 m²	Interdite	Interdite
Publicité scellée au sol lumineuse	Interdite	8 m²	8 m²	Interdite	Interdite
Publicité sur mobilier urbain	Oui sauf publicité numérique	oui	oui	Interdite	Interdite
Préenseigne scellée au sol dite dérogatoire	Interdite	Préenseigne	Préenseigne	1m x 1,5m	-
Enseigne scellée au sol	6 m²	6 m²	12 m²	6 m²	oui
	1 seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité				
Enseigne sur façade	15% de la surface de la façade commerciale lorsque celle-ci est supérieure à 50 m²				
Tous les dispositifs lumineux doivent être éteints entre 1h et 6h si l'activité signalée est fermée.					
Toute publicité permanente ou temporaire est interdite sur les plantations et les équipements publics.					

☞ La commune de Les Angles fait partie des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

III- Le cadre juridique

Le droit de la publicité s'inscrit dans le code de l'environnement, au livre V : « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* », titre VIII : « *Protection du cadre de vie* ».

L'article L581-1 rappelle le droit d'expression fondamental : « *chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées* ».

L'article L.581-2 précise quant à lui l'objectif de la loi : « *Afin d'assurer la protection du cadre de vie* ».

Publicités, enseignes et préenseignes sont soumises à des règles de format, de hauteur, de nombre ou de densité en fonction de leur technique et des lieux où elles sont implantées.

III-1- Les limites d'agglomération

La publicité est interdite hors agglomération (article L.581-7 du code de la route). La délimitation de l'agglomération (article R.110-2 du code de la route) est déterminante : il s'agit d'un espace sur lequel sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et délimité par des panneaux d'entrée et de sortie (panneaux type EB-10 et EB-20). Ces panneaux sont implantés conformément à un arrêté municipal (article R.411-2 du code de la route).

Il peut arriver que les panneaux d'entrée soient absents ou placés trop en amont ou trop en aval de la zone bâtie. Le maire doit veiller à l'exacte coïncidence entre les panneaux et les éléments matériels physiques qui déterminent l'agglomération.

III-2- Lieux dont le régime est particulier

Afin de sauvegarder le patrimoine architectural, naturel ou paysager, la loi pose un certain nombre d'interdictions.

L'article L.581-4 édicte des interdictions dites « absolues » car aucune dérogation n'est possible. La publicité est ainsi interdite sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ou sur les arbres.

Les interdictions de l'article L.581-8 sont dites relatives, car le RLP peut y déroger et décider des conditions dans lesquelles la publicité peut être installée. C'est le cas par exemple des zones de protection autour des monuments historiques classés ou inscrits à l'inventaire, et des aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP).

En vertu de l'article R.581-30, les publicités non lumineuses scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdites dans les espaces boisés classés (EBC) en application de l'article L.130-1 du code de l'urbanisme et dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment du point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur le plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation de sols.

III-3-Dispositifs dont le régime est particulier

Les préenseignes dérogatoires admises hors agglomération, telles que celles signalant un hôtel, un restaurant, un garage, ou tout autre activité utile aux personnes en déplacement, et soumises à une limite de format (1,5m sur 1m) étaient autorisées jusqu'au 13 juillet 2015.

Ne subsistent après cette date que les préenseignes signalant la fabrication ou la vente de produits du terroir, la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, ainsi que les activités culturelles (article L.581-19).

III-4- Autres textes applicables

A/ Les règlements de voirie nationale et départementale

Les règlements de voiries peuvent comporter des prescriptions sur la publicité et les enseignes lorsque celles-ci surplombent le domaine public routier.

ARTICLE 85 DU REGLEMENT DEPARTEMENTAL DE VOIRIE (CD66)– PUBLICITÉ SUR LE DOMAINE PUBLIC DEPARTEMENTAL

Article L 581-1 et suivants du Code de l'Environnement

Articles R418 -1 à 9 du Code de la Route

L'implantation de supports d'enseignes, pré-enseignes, panneaux publicitaires, est interdite sur l'emprise du domaine public routier départemental.

En agglomération, l'implantation de mobilier urbain aménagé pour recevoir de la publicité sur le domaine public départemental peut être autorisée au cas par cas, par une permission de voirie accordée sous réserve de l'avis favorable du Maire de la commune concernée.

B/ L'accessibilité de la voirie aux personnes à mobilité réduite

Le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2016 et l'arrêté ministériel du 15 janvier 2007 précisent notamment qu'un cheminement doit avoir une largeur minimale de 1,40 m libre de tout mobilier ou de tout autre obstacle éventuel. Ce cheminement peut être réduit à 1,20 m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

C/ La charte signalétique du parc naturel régional

Le Parc Naturel Régional Pyrénées Catalanes a mis en œuvre une charte signalétique dont l'objectif est de préserver et de valoriser la richesse des paysages tout en partageant des règles communes pour signaler efficacement les activités économiques.

☞ Les recommandations ont été validées par les élus du parc associés à l'élaboration de la charte signalétique. Le RLP doit être conforme aux recommandations de la charte signalétique du PNR.

Partie 3 : Diagnostic des dispositifs publicitaires existants sur la commune (relevés de terrain effectués les 10 avril et 5 mai 2015)

I- Les dispositifs publicitaires hors agglomération le long des RD32 et 52

I-1- Les dispositifs à l'approche de la principale entrée de la station : en venant de Font-Romeu

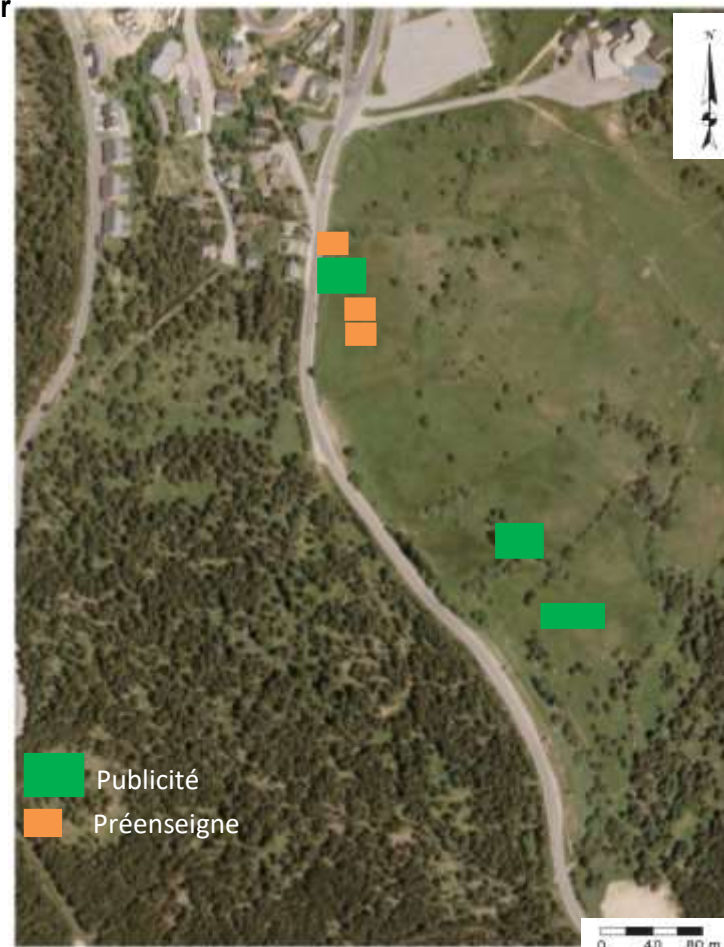
☞ La principale entrée sur la station de ski est marquée par des perspectives obstruées par des panneaux publicitaires...



Deux panneaux publicitaires mettent en avant la station : le premier est haut et long (5,0m x 1,60m), l'autre, d'une hauteur moindre, dispose d'une superficie plus grande (4m x 3m). Ils sont implantés au sommet d'une côte. Le premier se découpe dans le ciel et le deuxième casse la perspective offerte par un paysage ouvert.



Les mêmes panneaux, dans l'autre sens. L'effet produit est identique.





Plus près de la station, les panneaux cassent les perspectives et encombrant visuellement le paysage (densité trop importante de panneaux en linéaire) :

- deux préenseignes positionnées l'une au-dessus de l'autre et de taille identique : 1,5m x 1,0m
- un panneau publicitaire au bénéfice du parc animalier : 4,0m x 3,0m
- une présenseigne d'1,5m x 1,0m

☞ **...et par un encombrement visuel dans le paysage dû à une densité de panneaux trop importante : préenseignes d'initiatives privées qui se sont ajoutées au dispositif publicitaire public existant.**

I-2- Les entrées de ville

A/ Principale entrée de ville : en venant de Font-Romeu



Cette entrée de ville est globalement « propre ».
On ne trouve qu'une préenseigne immédiatement
derrière le panneau de sortie d'agglomération.
Celle-ci est non conforme à la réglementation en vigueur par son positionnement (1,5m x
1,0m).

☞ La principale entrée de ville est « nette » au niveau des panneaux d'agglomération. Il
manquerait cependant la mention de l'entrée sur une commune du PNR Pyrénées
Catalanes.



Orange: Préenseigne
Red: Panneau d'agglomération

0 8 16 m

B/ Entrée de ville : en venant de Formiguères et de Matemale



☞ L'entrée de ville en venant de Formiguères manque de visibilité : surcharge d'informations

Le panneau publicitaire de 4m x 3m masque la perspective sur l'arrière plan montagneux. Les préenseignes encadrent les panneaux d'agglomération (le panneau de sortie est manquant) et l'indication du PNR est noyée dans la masse.

Les préenseignes sont de dimension réglementaire (1,5m x 1,0m) mais leur position hors agglomération est interdite depuis le 13 juillet 2015.



I-3- Les dispositifs en bord de RD près des secteurs faisant l'objet d'activités spécifiques

A/ Au bord de la RD32 au droit du Centre Technique Municipal



Au niveau du Centre Technique Municipal, le long de la RD32, un dispositif signale les activités sur la zone. Il s'agit d'une Signalisation d'Information Locale (SIL) dont les barrettes de jalonement en bois comportant des préenseignes. Les mentions écrites du dispositif communal artisanal en bois sont peu lisibles (problème de couleur).

Un mât avec une préenseigne en toile s'ajoute à ce dispositif. Cette préenseigne fait doublon.

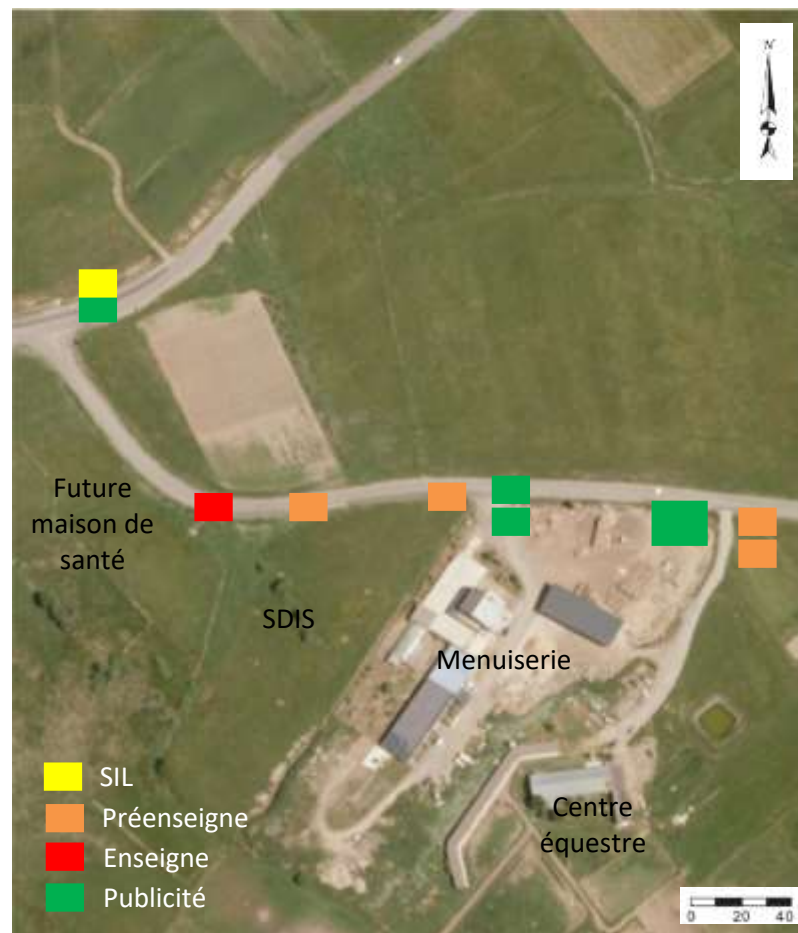
👉 **Le positionnement des deux dispositifs est correct mais l'hétérogénéité des matériaux n'est pas du plus bel effet et l'entreprise privée est déjà mentionnée dans le SIL.**



B/ Au bord de la RD52 au droit du secteur du SDIS



A l'interception de la RD32 et de la RD52, un dispositif signale les activités de loisirs du lac de Matemale. Sur ce qui au départ était un mobilier de Signalisation d'Information Locale (SIL) est venu s'ajouter une publicité.



Le long de la RD52 qui mène au lac, une petite zone d'activités hétéroclites a progressivement grandi : scierie, centre équestre, SDIS avec hélistation et bientôt Maison de Santé.

👉 Sur 200m, tout le long de la zone, on assiste à une multiplication de panneaux en rafale : une densité trop importante de panneaux sur un linéaire court.



Ces dispositifs sont hétérogènes. Leur seul point commun est d'être tous posés au sol car on ne peut même pas affirmer qu'ils soient scellés au sol. Un dispositif, provisoire et scellé dans des blocs béton posés sur le sol, indique la construction future de la Maison de Santé. Un autre est posé directement sur le sol : enseigne du SDIS.

Les matériaux utilisés comme supports, les tailles des panneaux, sont variés : préenseignes sur support bois ou métal...



Une publicité de 3,0m x 4,0m dispose d'un dispositif d'éclairage.



Préenseigne en doublon avec même publicité sur les deux faces : une sur support bois et l'autre sur support métal, le tout dans un environnement fait de brics et de brocs.

☞ Tous les dispositifs publicitaires sont présents, certains font doublon et le tout se caractérise par un manque d'homogénéité.

C/ Interception sur la RD52 au droit du secteur du lac de Matemale



Le long de la RD52, du côté du parcours de santé, une préenseigne de taille non standard (1,25m x 0,48m) indique la direction de randonnées à cheval.



Le long de la RD52, du côté du lac, un support en bois de grande taille indique les activités présentes autour du lac et leur localisation : il s'agit d'un dispositif de type Relais d'Information Service (RIS).

II- Les dispositifs publicitaires hors agglomération dans les secteurs spécialisés

II-1- Le secteur du Centre Technique Municipal

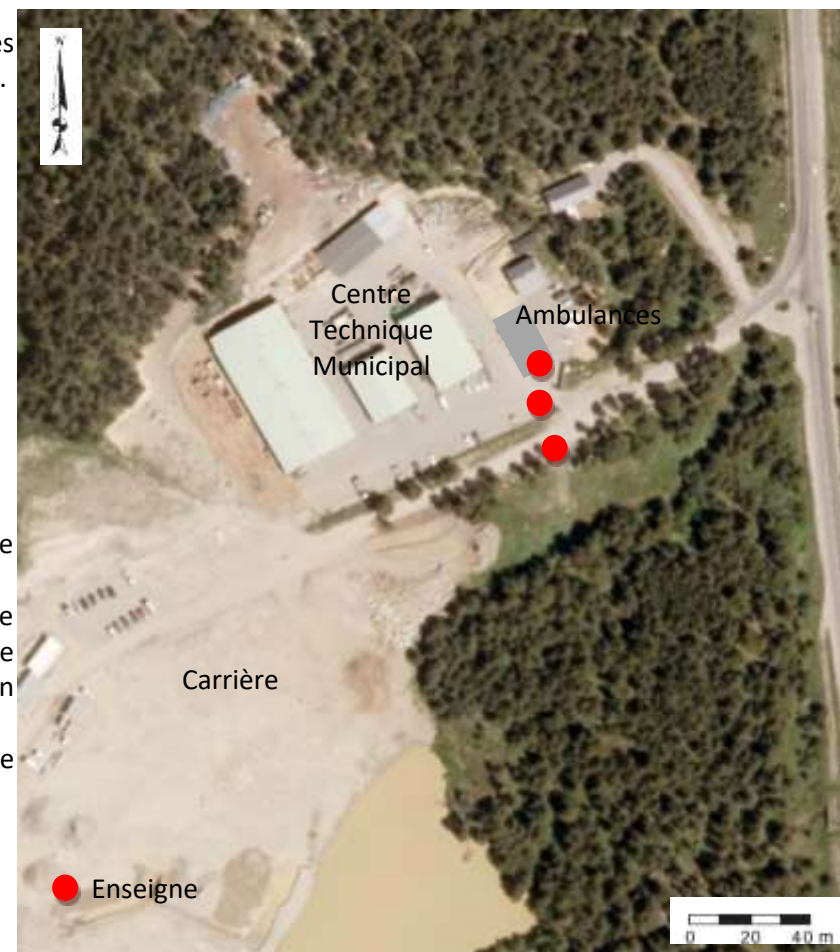
Le site du Centre Technique Municipal (CTM) avec son gardiennage comprend en plus des hangars municipaux, le site d'une carrière (classement ICPE) et une entreprise d'ambulances.



L'enseigne murale sur la façade des garages de l'entreprise d'ambulances est de taille réglementaire.

L'enseigne du CTM fait aussi office de plan de circulation et de Relais d'Information Service (RIS). Elle dépasse d'un tiers du mur aveugle qui la supporte. Selon l'article R.581-88-III du code de l'environnement, à partir du 13 juillet 2015, la nouvelle réglementation s'applique et un dispositif publicitaire mural ne pourra plus dépasser le mur aveugle qui le supporte.

L'enseigne de la carrière a une superficie de 4m², ce qui serait admis dans la nouvelle réglementation nationale en agglomération.



II-2- Le secteur du Pla del Mir

Le secteur du Pla del Mir est un des trois accès au domaine skiable de la commune. Un bâtiment appartenant au CD66 accueille un jeune public pour des stages de ski alpin (classes de neige et classes de découverte) et est un centre de vacances d'été.
Sur le site est venu ensuite se greffer le parc animalier.



☞ A l'entrée du Pla del Mir, une Signalisation d'Information Locale est propre à cet endroit de la commune : indication des parkings, des toilettes et du parc animalier...



La publicité du parc animalier est adossée à la clôture non aveugle du parc sous la forme d'une bâche située à plus de 50cm du sol. Elle fait office de publicité et d'enseigne. Près du chalet-billetterie, un support en bois de grande taille indique les divers circuits à l'intérieur du parc animalier. Il s'agit aussi d'un dispositif de type Relais d'Information Service (RIS).

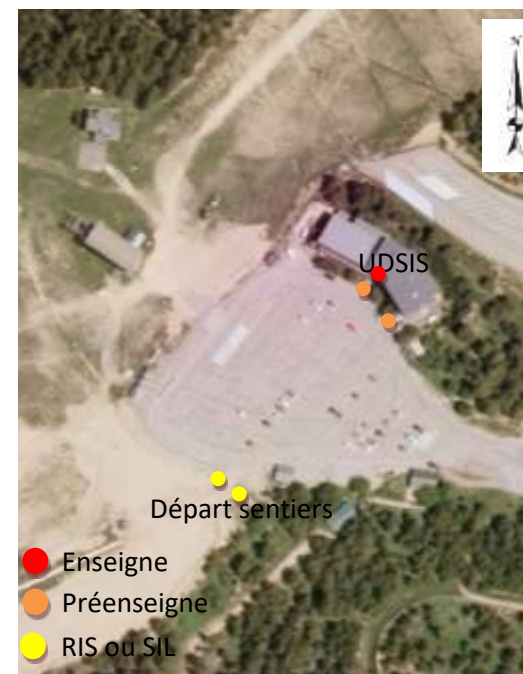




La façade de l'imposant bâtiment de l'UDSIS accueille une enseigne de taille réglementaire par rapport à la superficie de la façade du bâtiment. Près de la porte d'entrée principale du bâtiment un panneau indique l'accueil du centre. Cette entrée est encadrée par deux portes drapeaux aux couleurs du CD66.

Sur les espaces verts, devant le centre, deux préenseignes sont scellées au sol : une ancienne en bois d'aspect traditionnel et une récente d'aspect moderne. La préenseigne en bois détaille les types d'accueil effectués par le centre. Cela explique peut-être qu'elle soit toujours en place malgré sa vétusté.

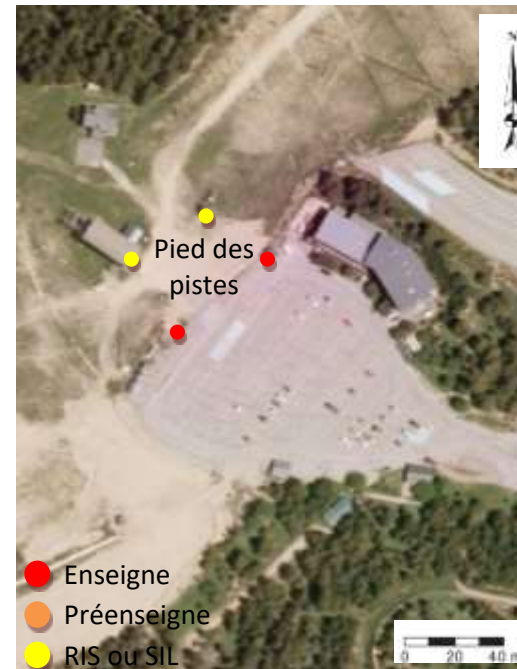
🔊 Le CG66 est devenu le CD66 : l'harmonisation des préenseignes et enseignes pourrait s'imposer.



A l'opposé du bâtiment de l'UDSIS, entre le chalet-accueil du parc animalier et le chalet de l'école de ski, deux dispositifs de signalisation de départs de randonnée se font face : un ancien et un récent, qui, comme dans le cas de l'UDSIS, se complètent. L'ancien dispositif est un plan sommaire de deux tracés de sentiers.



Au pied des pistes, on retrouve un dispositif signalétique commun aux autres pieds de pistes, dont un plan du domaine skiable sur un support scellé au sol dans lequel un petit panneau numérique est intégré.



☞ Sur le parking, deux cabanons de moins de 20 m² accueillent de la publicité murale. Sur les façades pignon, les publicités sont situées au dessus de la limite de l'égout du toit et la proportion des publicités est de taille importante par rapport aux superficies des façades.

II-3- Le secteur du lac de Matemale

Le secteur du lac de Matemale avec sa base nautique et autres activités de loisirs a permis à la commune de développer la station touristique au-delà de la saison d'hiver.

Le site est très étendu. Bien que l'activité de parcours de santé soit déconnectée du site du lac par la frontière constituée par la RD52, cette activité est intégrée dans les Relais d'Information Service du « lac de Matemale ».

Certaines activités se trouvent isolées. Un pôle d'activités principal se dégage autour de la base nautique.

☞ **La signalisation sur le site manque de cohérence et d'homogénéité. Mais, il n'est pas possible de se perdre et les panneaux abondent.**



A/ L'information sur le site du lac de Matemale : Relais d'Information Service, plans, circuits...



La Communauté de Communes Capcir Haut-Conflent a mis en place une information locale sous la forme de Relais Information Service : un plan du lac avec toutes les activités présentes et la possibilité de savoir où l'on se trouve pour mieux se repérer. Il y en a deux sur la commune de Les Angles.

Un autre type de panneau-plan sur support bois avec abri existe sur le site : celui du parcours de santé, de l'autre côté de la RD52. Mais, c'est l'ONF et le CG66 qui l'ont financé.

☞ **Les dispositifs d'information locale de type RIS sont hétérogènes sur le site du lac.**

B/ Les barrettes de jalonnement comportant les préenseignes



Elles sont présentes aux carrefours. Ils signalent la direction de toutes les activités présentes sur le site. Ils orientent le visiteur. Bien qu'efficaces, on note la présence autour de ces dispositifs de préenseignes qui font doublons.



Activité signalée dans le rond-point sous la forme de barrette double face et contre un grillage.



Les barrettes de jalonnement servent parfois de supports à d'autres préenseignes ou à la signalisation de sentiers de randonnée.

☞ Les dispositifs d'information locale de type SIL qui signalent les activités font doublon avec les préenseignes alentours ou servent de support à des préenseignes.

C/ La signalisation des sanitaires



Il existe au moins 5 type de panonceaux indiquant la direction des sanitaires. Quatre sur cinq sont placardés sur les arbres. Il arrive même que les toilettes soient même indiquées de part et d'autre d'une voie.

D/ L'affichage sur les arbres



Les arbres servent souvent de support pour divers affichages : informations communales sur les risques, localisation du stationnement, préenseignes.

☞ Des préenseignes utilisent les arbres comme supports.

E/ Les enseignes et préenseignes aux abords des activités



La première activité en entrant sur le site se trouve en bordure de sentier : le mini-golf avec practice de golf n'est pas signalé sur les barrettes de jalonnement. Cette activité est signalée seulement sur les Relais Information Service. Sa localisation près de la voie ne nécessite a priori pas de préenseigne mais juste une mention sur la Signalisation d'Information Locale.



A contrario, certaines activités sont localisées en bout de parcours et seules. La préenseigne fait cependant doublon : l'activité est signalée dans les barrettes de jalonnement à quelques mètres. Sur le bâtiment, l'activité est signalée sur la façade pignon au dessus de la limite de l'égout du toit. Le panneau accueil dépasse de la toiture.



Le dispositif publicitaire utilisé pour l'activité d'accrobranches est important par rapport à la superficie aux abords du chalet : bâche en guise d'enseigne et pas moins de 5 préenseignes et un plan des parcours. Cette activité est bien visible en bord de chemin et bien signalée sur les R.I.S et en enseigne sur les barrettes de jalonnement.

👉 Des préenseignes en surnombre...



L'activité de tir à l'arc est signalée à plusieurs reprises. Des panneaux ont dû être ajoutés à l'usage, la signalisation initiale étant insuffisante. Les panneaux jaunes se retrouvent sur le bâtiment d'accueil lui-même : son enseigne étant peu visible.



Le restaurant du lac n'est indiqué qu'une seule fois en dehors des barrettes de jalonnement et du Relais Information Service.

Il l'est sur l'enceinte de la base nautique (mur aveugle) : il permet d'accéder au restaurant côté lac.

L'enseigne du restaurant se situe « côté rue ».



Deux préenseignes scellées dans le sol entourent le site de la base nautique en plus de la préenseigne murale sur la clôture du site. L'enseigne est localisée au dessus de la limite de l'égout du toit.



Une autre activité liée à l'eau est présente sur le site : elle dispose de deux entrées avec enseignes en bois. Des panneaux en bois sur la clôture indiquent la nature des activités.

☞ Des enseignes et préenseignes hétérogènes...

III- Les dispositifs publicitaires en agglomération

III-1- Le dispositif publicitaire dans le cœur du village

A/ S.I.L. et barrettes de jalonnement comportant les préenseignes

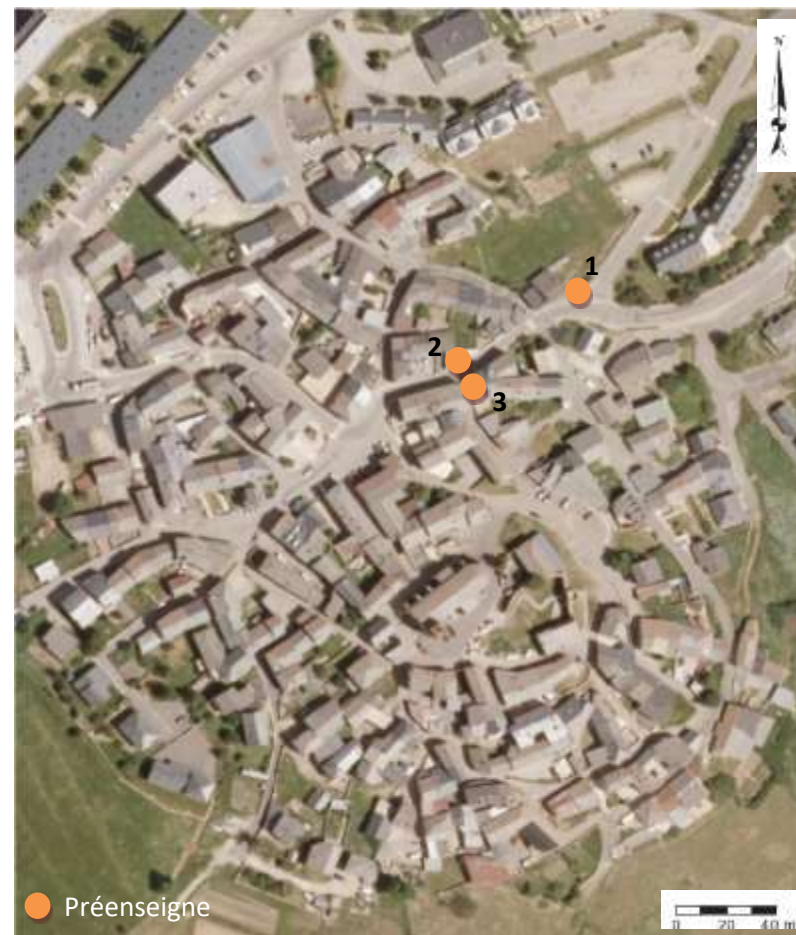


Les Signalisations d'Information Locale (S.I.L.) qui mentionnent les équipements publics et les commerces et services ont plusieurs tons de vert et peuvent donner l'illusion d'homogénéité.

☞ Signalisation directionnelle et présignalisation d'information locale utilisent le même mât avec plus ou moins de réussite.



B/ Les préenseignes en centre ancien



En centre-ancien, les préenseignes en dehors des barrettes de jalonnement sont rares.

Un seul établissement est jalonné en dehors des S.I.L. pour guider les clients qui viennent par l'entrée de village en venant de Formiguères ou Matemale. Les 3 panneaux utilisés sont hétérogènes.

☞ **Préenseignes** pouvant être évitées par la mise en place d'une signalisation de type S.I.L. par l'entrée de village en venant de Formiguères.

C/ Les enseignes en centre ancien



☞ Un établissement n'ayant aucune charte graphique peut se retrouver avec des enseignes disparates



☞ Les enseignes murales, en toiture, apposées parallèlement ou perpendiculairement à un mur sont hétérogènes.



☞ En plus de l'utilisation de couleurs, formes, matériaux et calligraphies différentes pour un même établissement, il arrive que les façades soient surchargées d'information.



II-2- Le dispositif publicitaire dans les secteurs résidentiels

A/ Le secteur résidentiel Sud : passage obligé vers les 3 accès aux pistes de ski

☐ Avenue de Mont-Louis : 1^{ère} séquence après le panneau d'agglomération



Au « carrefour » de la route du Pla del Mir et de l'avenue de Mont-Louis la signalisation de direction est mêlée à la Signalisation d'Information Locale, aux panonceaux d'arrêts de bus du CD66 et de la navette communale et aux préenseignes.



🔊 Surcharge d'information dans le carrefour : panneaux de signalisation routière sur poteaux de téléphone et sur candélabre qui encadrent un SIL de grande taille sous lequel se sont ajoutés des préenseignes.



☞ Utilisation d'une petite construction en pierre en bord de route pour y apposer de la publicité pour des chalets en bois sur 2 faces. Aucune des deux n'est adaptée à la taille du bâti et une des deux dépasse la toiture.

□ Avenue de Mont-Louis : 2^{ème} séquence avant l'arrivée au bas des pistes



☞ La séquence d'entrée de ville sur la station de ski, entrée principale de la station, est peu engageante : garage automobile et panneaux en rafale de chaque côté de la voie (signalétique routière mêlé aux publicités)



☞ L'hôtel, situé en hauteur, et donc peu visible des accès, est tout de même « sur-signalé » au carrefour.

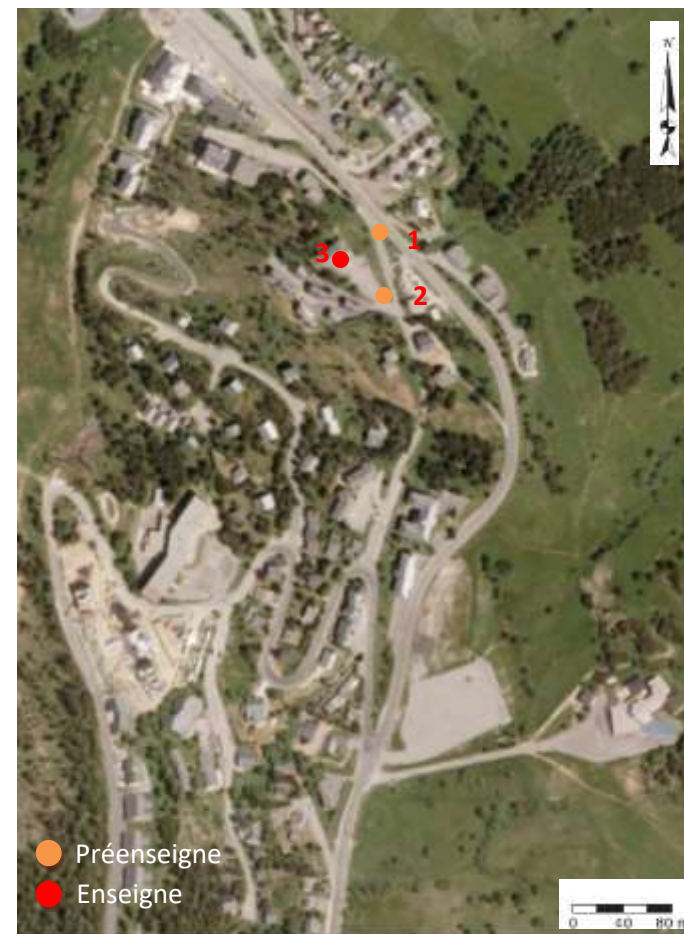
□ L'accès vers les pistes du Pla del Mir : la rue du Pla del Mir





☞ Les publicités et la signalétique sont groupées sur le haut de la rue.

❑ Le chemin des Planes : jonction entre la rue du Pla del Mir et l'avenue de Mont-Louis



👉 Sur le chemin des Planes, seul l'hôtel est indiqué

B/ Le secteur résidentiel Nord : passage vers le lac de Balcère



1



2



3



☞ Sur le bas de l'avenue de Balcère, après la section de l'avenue commerçante, il n'y a plus de signe de publicité. Les SIL indiquent la direction des résidences de tourisme et du lac de Balcère.



☞ Tout en haut de l'avenue de Balcère, on trouve le gîte « l'Azimut » et ses enseignes disparates mais discrètes. Une préenseigne indique, pour la première fois, l'existence d'un restaurant au niveau du Lac de Balcère. Celle-ci est fixée au RIS.

II-3- Le dispositif publicitaire près du secteur des pistes

A/ La signalétique de bord de voie



☞ Les abords de l'avenue de Mont-Louis, au niveau du secteur des pistes, ne sont pas encombrés par la publicité.

Les SIL sont utilisés et hétérogènes.

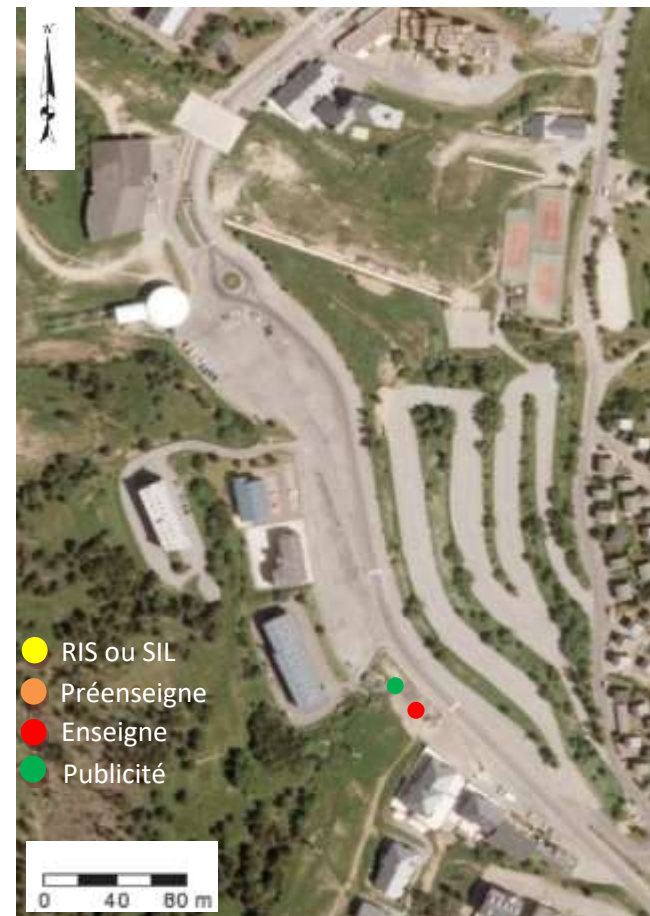


Le seul rond-point de la station n'a pas qu'une fonction de rond-point. Il a une position centrale au cœur de la station. Cette réalisation artistique contient un message « publicitaire » qui incite à fréquenter la station.



Ce panneau informatif, tout comme le pont, marque une entrée dans une nouvelle séquence de la station : les rues commerçantes et la problématique du stationnement. Ce panneau est surtout visible des piétons.

B/ La signalétique au niveau des pistes



Ce bas de télésiège n'est pas surchargé d'informations.



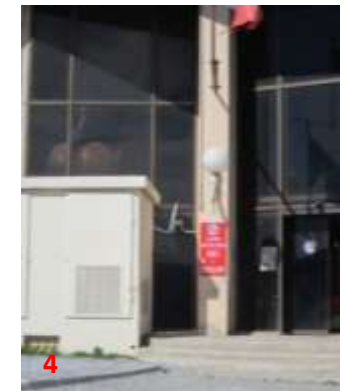
☞ Le dispositif publicitaire du télécabine, conception originale, est en harmonie avec la construction qui n'est pas dévalorisée.



☞ Les couleurs égayent cette construction triste mais il y a une surcharge d'informations, une disharmonie par la multiplicité des couleurs et des formes des dispositifs publicitaires : manque d'homogénéité et forte concentration d'informations qui nuisent à la lisibilité.



☞ La publicité murale sur les façades des deux bâtiments accolés de la gare du télécabine est en proportion acceptable par rapport à la surface murale.



☞ Les piliers de la gare du télécabine sont surchargés en dispositifs publicitaires.



1



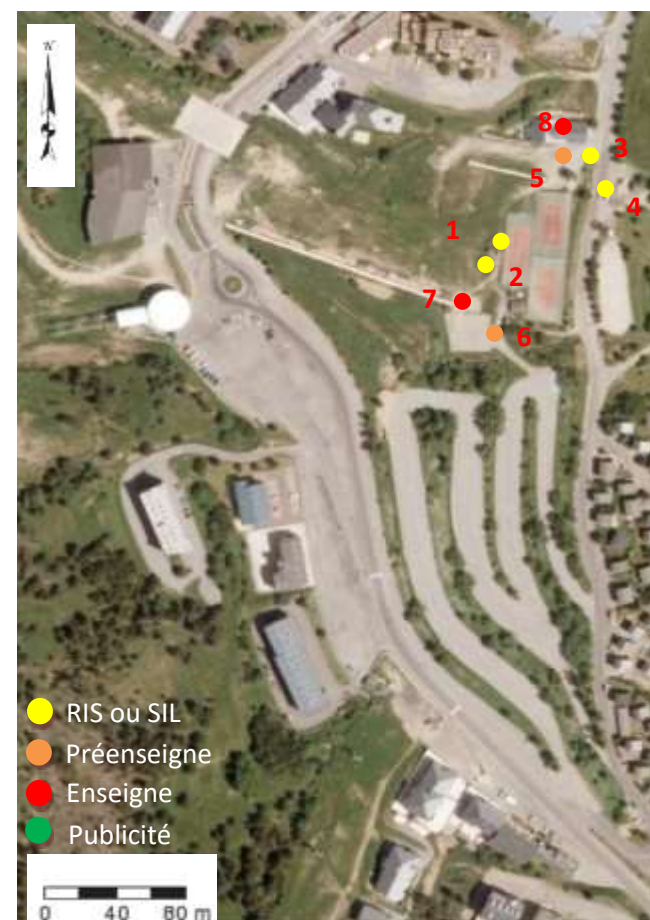
2



3



4



Sur le même site, où se mêlent les dispositifs d'information, aucun RIS n'est identique : pas d'uniformité et pas d'homogénéité.



☞ Plusieurs préenseignes scellées au sol de type mât ou totem : aucune homogénéité dans les couleurs, la forme ou les matériaux utilisés.



☞ Les façades de ce grand bâtiment ne sont pas surchargées. Les enseignes de l'école de ski gagneraient à être uniformes : couleur, choix de la calligraphie...

C/ Enseignes et préenseignes sur bâtiments

Les enseignes sont peu nombreuses sur le secteur où les activités sont liées de manière directe à la pratique du ski : caisses et location de ski.



Exemple d'utilisation de l'arrière d'un bâtiment pour y apposer de la publicité visible du bas des pistes.

II-1- Le dispositif publicitaire des artères commerciales

A/ Les commerces et services de l'avenue de Mont-Louis

Le pont piétons-skieurs qui enjambe l'avenue de Mont-Louis marque la fin de la séquence des bas de pistes et le début de la séquence des commerces et services.



☐ Publicité et préenseignes aux abords de l'avenue



Certains établissements (mais en nombre restreint sur la commune) utilisent des endroits stratégiques pour faire de la publicité.



- RIS ou SIL
- Préenseigne
- Enseigne
- Publicité

☞ Un restaurant utilise le terre-plein central pour dresser une préenseigne posée de type chevalet. Celle-ci est calée contre un panneau de signalisation routière.

□ Entité n°1



Encore un exemple d'établissement qui utilise des endroits stratégiques pour faire de la publicité (1 et 2).



Le restaurant, à l'angle de l'avenue, utilise le terre-plein central, au milieu de l'avenue, car sa façade principale n'est pas visible de l'avenue.

Sa façade principale ne donnant sur aucune voie, pour être visible de loin, il doit utiliser le balcon de l'étage (bâche publicitaire).



En plus du restaurant à l'angle, 3 établissements se partagent le bâtiment : il est peu surchargé en dispositifs publicitaires. L'établissement du milieu est plus visible que les autres.

Entité n°2



Trois établissements se partagent un même bâtiment. Les trois ont des enseignes en toiture-terrasse. Toute la longueur du bâtiment est utilisée. L'établissement du milieu, ayant une vitrine plus petite, utilise un mât-préenseigne.



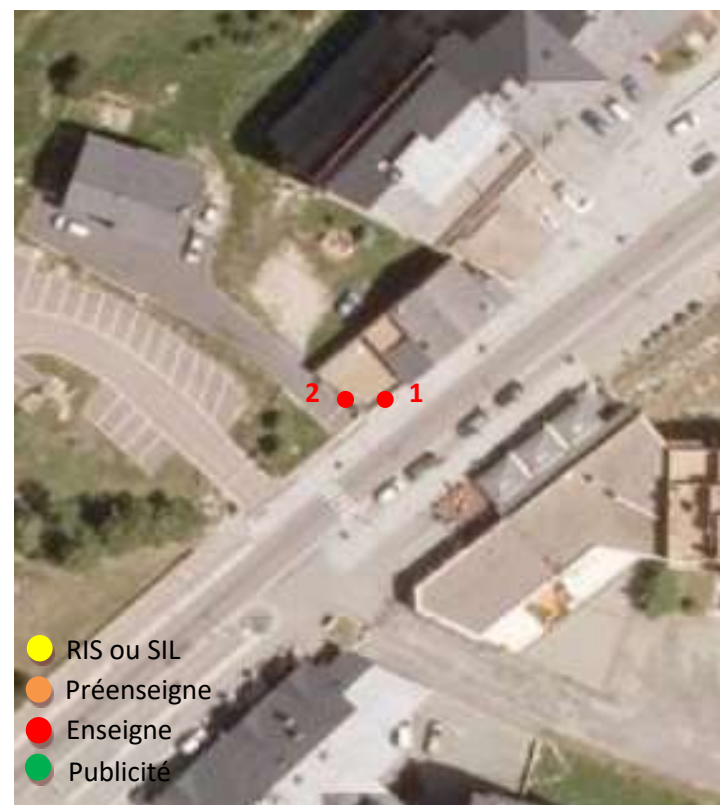
Un établissement utilise quasiment toute la surface en façade possible. L'ajout d'une galerie couverte supplémentaire permet de disposer d'une surface conséquente pour la publicité, tandis que l'entrée du magasin est cachée. Rien sur sa façade ne rappelle qu'il s'agit en fait de l'établissement en question.



□ Entité n°3



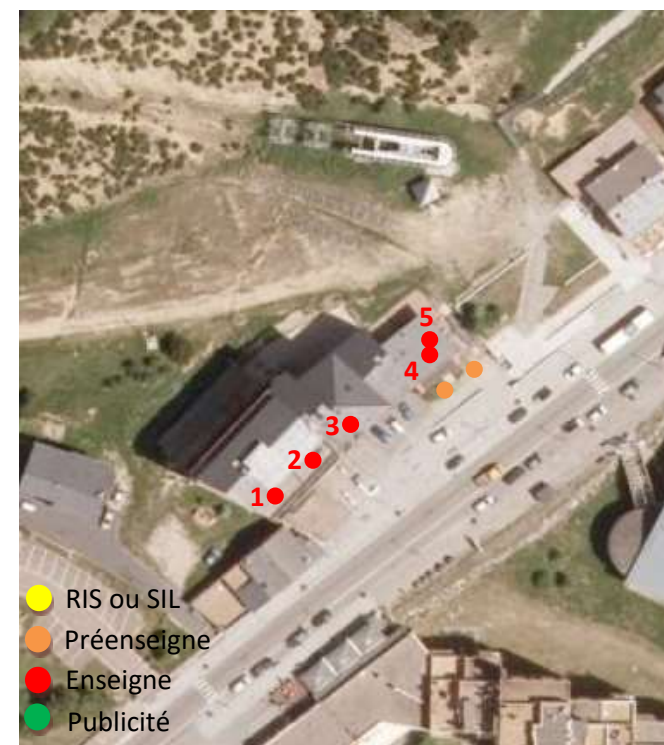
De l'autre côté de l'avenue, un établissement utilise aussi sa toiture-terrasse comme support publicitaire.



□ Entité n°4



Cinq établissements occupent cet ensemble de 3 bâtiments accolés.
Les trois premiers sont discrets : leur dispositif publicitaire étant sobre.





Le restaurant, à l'étage du bâtiment, utilise deux sortes d'enseignes en façade : implantées à plat et perpendiculaires (dite enseigne en drapeau). Il n'y a pas d'homogénéité dans les deux dispositifs.

Les enseignes donnant sur l'avenue sont noyées dans la masse du dispositif publicitaire du voisin du rez de chaussée. C'est aussi le cas de la préenseigne-support de menu située au rez de chaussée.



L'établissement qui loue des skis utilise tous les types de supports : support mural, store, balcon et même marches d'escalier...

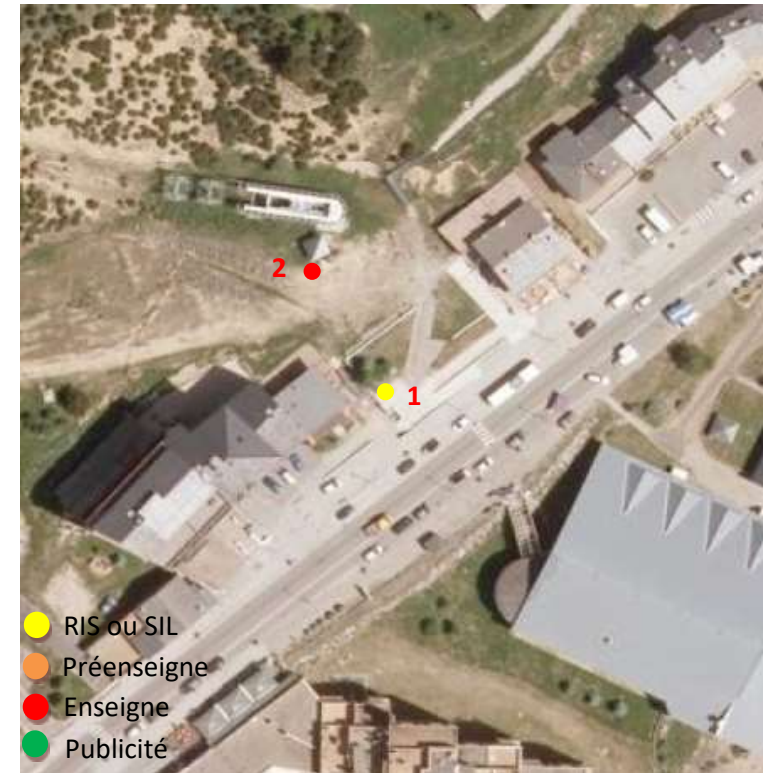
□ Entité n°5



Un panneau mural indique l'entrée de la crèche-halte garderie.
Autre bâtiment public, l'Espace Bleu Neige vend des forfaits ski. Cette information est visible.

☞ Par contre, il n'y a pas d'homogénéité dans le dispositif publicitaire.

□ Entité n°6



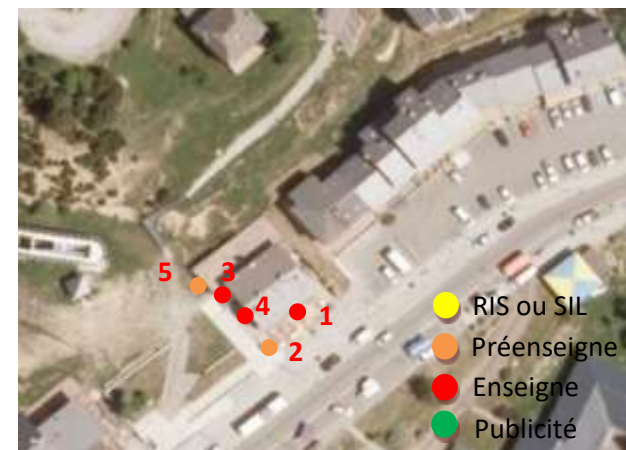
Le départ des télésièges est un espace de respiration au sein de l'artère commerciale de l'avenue de Mont-Louis.
La signalétique est cohérente : il s'agit des mêmes types de RIS et d'enseigne que l'on retrouve sur l'ensemble de la station.

□ Entité n°7



Cette construction comporte plusieurs activités. Le bar-restaurant en rez de chaussée donnant sur la rue et le parking pourrait être plus visible : les enseignes en façade sont ternes.

On accède à deux magasins de location de matériel sportif sur un côté du bâtiment. Une préenseigne, en orange et rouge, permet de repérer une des activités, sans quoi, l'autre activité n'est pas visible.



Des préenseignes fixées sur une balustrade indiquent un local où est vendu du miel.



□ Entité n°8



Les commerces et services situés dans cet ensemble bénéficient d'atouts importants : proximité des accès aux pistes, proximité des services publics, proximité du centre-ancien, centralité au sein de la ville et parking au pied des activités.



Cet ensemble se présente comme une suite de bâtiments accolés avec activités sous des arcades. Du fait des nombreux atouts dont bénéficient le secteur, les activités ont besoin de moins de visibilité. Dans l'ensemble, il n'y a donc pas de surenchère de dispositifs publicitaires.



Les enseignes d'un restaurant et d'une pharmacie sont discrètes.

On note peu de préenseignes : elles sont utiles aux établissements moins visibles du fait de leur petite surface, ou aux établissements soumis à une concurrence plus virulente dans le secteur.



On note peu d'enseignes ou publicités implantées perpendiculairement aux façades.

Un établissement utilise une bâche comme enseigne. Quelques-uns surenchérissent dans les enseignes : les uns dans l'uniformité et d'autres pas.



Les piliers des arcades sont aussi utilisés pour y apposer des enseignes et de la publicité.
Certaines enseignes « coupent » les arcades. D'autres sont fixées à des balcons...



□ Entité n°9



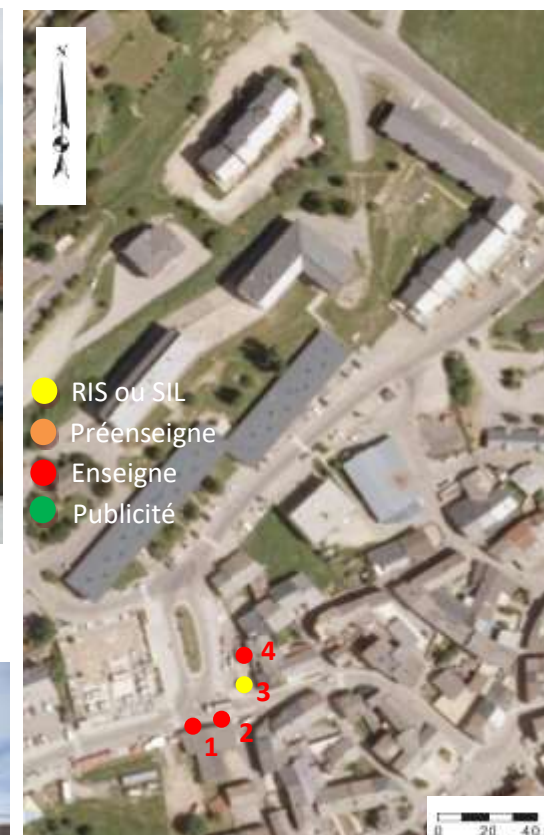
Certaines installations temporaires deviennent permanentes. Le dispositif publicitaire n'est pas important en nombre. Ce n'est pas lui qui dégrade le secteur. A noter la présence d'une bache publicitaire sur le manège en faveur d'une activité située aux abords du lac de Matemale.

B/ Les commerces et services entre avenue de Balcère et avenue de Mont-Louis



L'office du tourisme partage son bâtiment avec un commerce. Les enseignes sont sobres et le dispositif publicitaire discret. Ce qui n'est pas le cas de l'agence immobilière :

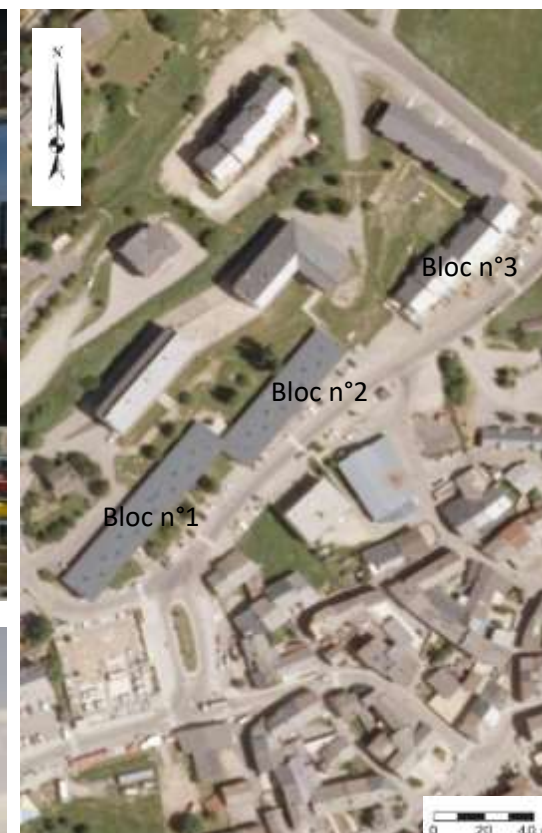
👉 **Couleurs, matériaux différents et surcharge par rapport à la taille de la construction.**



Le SIL, en dehors d'indications de signalisation de services publics signale aussi la direction des hébergements, voire des restaurants.

👉 **Les murets en pierre sont masqués par les SIL et la publicité de l'agence immobilière.**

C/ Les commerces et services de l'avenue de Balcère



Cette partie de l'avenue est caractérisée par une série de petits collectifs dont les rez de chaussée sont occupées par des activités de commerces et de services.

❑ Le bloc numéro 1



Ce bâtiment d'appartements et de commerces à l'avantage de disposer d'un espace vert-tampon entre le bâtiment et un espace de stationnement.

De plus, les commerces sont aussi accessibles par une allée couverte, pas très large mais utile l'hiver.

Dans l'espace vert, on trouve : des préenseignes de type mâts, les chevalets de certains commerces, une publicité fixée sur une table en bois...



Sur la façade du bâtiment donnant sur l'avenue, on trouve peu d'enseignes en drapeau mais pour chaque activité des enseignes en bandeau.

☞ Elles ne sont pas toutes alignées sur le haut. Toutes sont de dimensions différentes. Il n'y a pas d'homogénéité de couleurs, de calligraphie, de matériaux...

On note des enseignes sur stores, des publicités de type bâches sur balustrade.





☞ Le plafond du passage couvert est largement utilisé par les activités en place : préenseignes pendues au plafond (formats, matériaux, couleurs, calligraphies différents)

❑ Le bloc numéro 2



Ce bâtiment est identique au premier mais a moins d'atouts :

- plus éloigné du pôle de loisirs et d'équipements de la station,
- pas d'espace vert.

A l'origine, il devait être prévu que les piétons empruntent le passage couvert et que les véhicules disposent d'emplacements en bataille.

Le passage couvert est de largeur insuffisante pour les piétons et l'espace de stationnement est utilisé pour y disposer étals et terrasses.



Cette suite de commerces est peu engageante. L'espace entre la voie roulable et l'étroite allée couverte semble désordonné : il n'y a aucune continuité, aucune perspective (alternance de terrasses en bois cernées de balustrades, d'étals au sol carrelé, d'espaces de stationnement ; le tout avec des différences de dénivelés).

Pour voir les enseignes en bandeau, situées en façade (sous les balcons du premier étage), ou encore sous les arcades, il faut être sur la route ou sur le trottoir en face quand il existe.

Pour les enseignes fixées perpendiculairement à la façade, elles sont presque aussi difficiles à voir.

De ce fait, on note des préenseignes de type mât au sein de cet espace.

Quant au passage couvert, il n'y a pas d'enseigne suspendue au plafond.



☞ Un aménagement cohérent de l'espace entre le bâtiment et la voie permettrait de limiter le nombre de préenseignes, enseignes et autres publicités.

□ Bloc n°3



Cet ensemble de commerces et services est encore plus éloigné du pôle de loisirs et d'équipements de la station. L'utilisation de la voiture ou de la navette se pose davantage.

La réalisation d'un nouveau parking, à proximité, pourrait permettre de donner un nouvel essor aux activités.

Le dispositif publicitaire en place est moins présent que dans le « bloc » précédent, du fait des activités différentes (pas de restauration).

L'épicerie de type petite surface, se détache de l'ensemble.



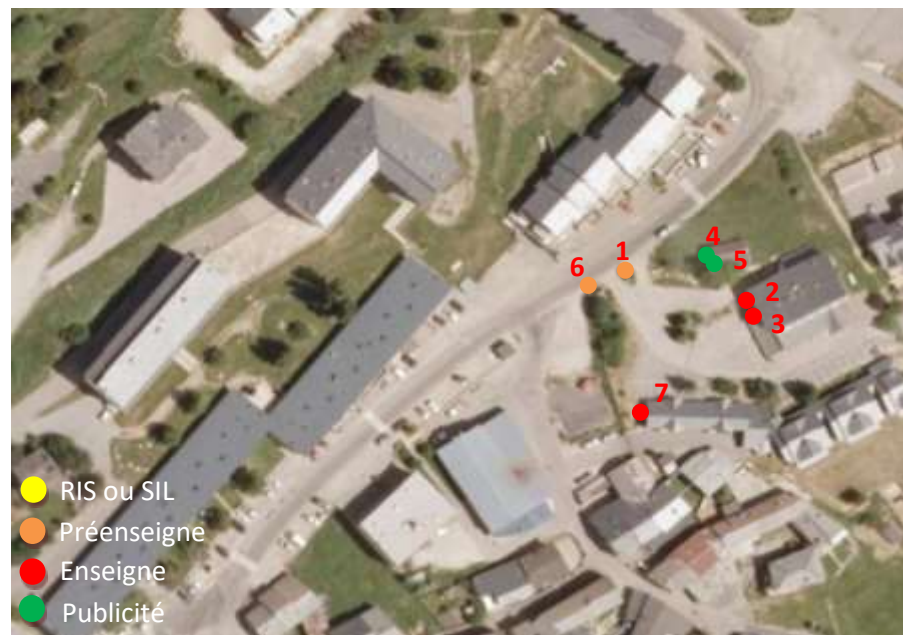
Certaines devantures commerciales sont plus sobres que d'autres. Mais comme le nombre d'enseignes est peu important, l'impression d'ensemble, du point de vue du dispositif publicitaire, n'est globalement pas mauvaise.

Des enseignes en bandeau coupent les arcs des arcades. Une publicité est posée sur le sol et contre un pilier en pierre. Compte tenu de sa taille et de son poids, elle n'est pas de nature temporaire.

☞ La caractéristique du lieu est la multitude d'enseignes implantées perpendiculairement aux murs ou aux piliers sans aucune uniformité : implantation par rapport au sol, formes, tailles, couleurs, matériaux...Le tout sur un petit linéaire.

☐ Autre côté de l'avenue de Balcère

Deux bâtiments en retrait de l'avenue signalent leurs activités au moyen de préenseignes.



Le premier bâtiment est le siège de deux établissements : un hôtel et un restaurant. Les deux établissements utilisent la même préenseigne. Celle-ci est accolée à une petite construction en bois qui présente le menu du restaurant.



Une habitation accueille en façade la publicité de deux établissements situés sur la commune.

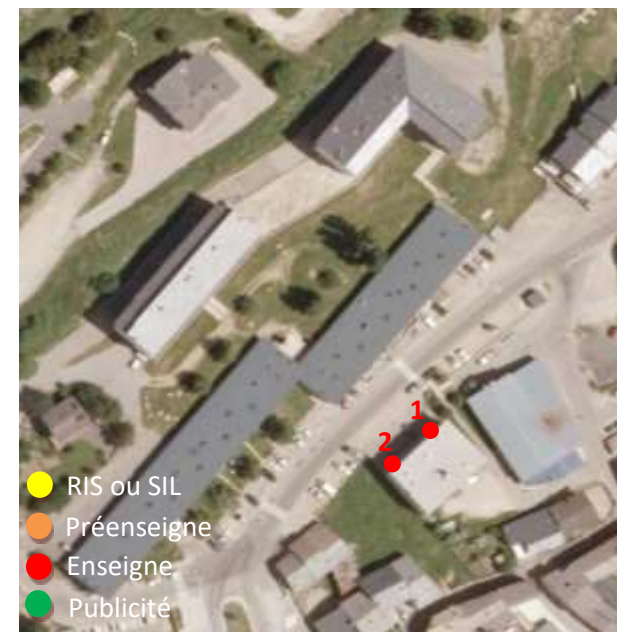


La résidence hôtelière, dont l'entrée du bâtiment n'est pas visible de l'avenue, utilise le bout de sa parcelle qui donne sur l'avenue pour attirer l'attention sur sa présence. Sur un mur pignon de son bâtiment, visible de l'avenue, est apposé une enseigne.





Deux petits bâtiments accolés sont bien situés pour accueillir des activités et disposent d'un parking privé. Chacun accueille une activité en rez de chaussée.
Ces activités n'ont pas besoin de mettre en place un dispositif publicitaire conséquent du fait de leur visibilité directe sur l'avenue.



☞ La boulangerie pâtisserie utilise plusieurs types d'enseignes : enseignes apposées sur la glace même de la vitrine, enseigne sur banderole, enseignes en bandeau et enseigne en drapeau...Il n'y a pas d'uniformité : les calligraphies sont différentes...

Partie 4 : Conclusion du diagnostic

I- Les secteurs à enjeux

A partir d'un repérage de terrain précis, il a été procédé à un recensement et à une description de l'ensemble des dispositifs publicitaires : enseignes, pré-enseignes, panneaux publicitaires, affichage événementiel, enseignes et pré-enseignes temporaires.

Sur certains secteurs, la Signalisation d'Information Locale (SIL) et les Relais Information Service (RIS) ont été relevés car ces dispositifs de signalisation implantés sur le domaine public sont des outils complémentaires au Règlement Local de Publicité (RLP).

Le SIL constitue une alternative possible aux pré-enseignes. Quant au RIS, il peut comporter des informations commerciales.

Le territoire communal est, dans l'ensemble, faiblement dégradé. Les impacts sont bien souvent localisés sur des secteurs bien précis.

Le centre ancien, à forte valeur patrimoniale, est peu touché par les dispositifs publicitaires : des enseignes globalement acceptables avec quelques améliorations souhaitables (limitation et harmonisation des enseignes et pré-enseignes pour un même établissement).

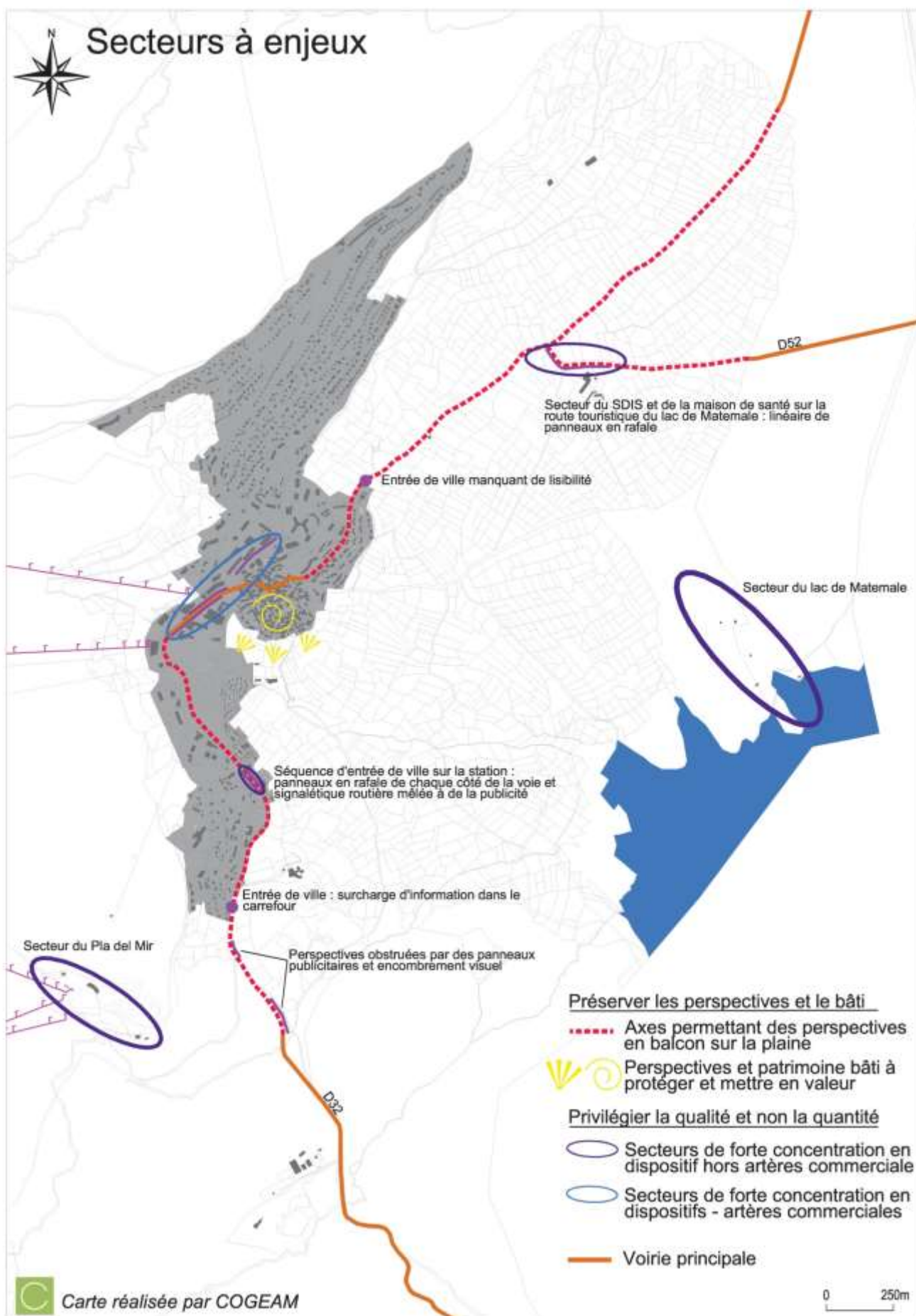
Il y a deux types de secteurs à enjeux.

- secteurs véhiculant une mauvaise image de la station :
 - la séquence d'entrée de ville sur la station de ski, entrée principale de la station (au niveau du garage automobile) peu engageante et panneaux en rafale de chaque côté de la voie (signalétique routière mêlé aux publicités)
 - le secteur du SDIS et de la maison de santé sur la route touristique du lac de Matemale : sur 200m, on assiste à une multiplication de panneaux sur un linéaire court.
- les secteurs de forte concentration de dispositifs publicitaires : artères commerciales de l'avenue de Mont-Louis et de l'avenue de Balcère.

Quelques points noirs sur des lieux stratégiques :

- l'entrée de ville en venant de Formiguères manque de lisibilité : surcharge d'informations
- l'entrée de ville en venant de Mont-Louis : surcharge d'information dans le carrefour (panneaux de signalisation routière sur poteaux de téléphone et sur candélabre qui encadrent un SIL de grande taille sous lequel se sont ajoutées des pré-enseignes)
- la principale entrée sur la station de ski (hors agglomération) est marquée par des perspectives obstruées par des panneaux publicitaires...et par un encombrement visuel dans le paysage du à une densité de panneaux trop importante : pré-enseignes d'initiatives privées qui se sont ajoutées au dispositif publicitaire public existant

Les autres problèmes identifiés sont localisés et se rencontrent sur l'ensemble de la station : un manque d'harmonisation et de cohérence que l'application d'une charte graphique et la mise en place de SIL et RIS en parallèle au RLP permettront de régler (pré-enseignes).



II- Plusieurs types de problématiques

➤ Sécurité

Atteinte à la lisibilité de la signalisation routière : utilisation des mêmes mats pour la « publicité » et la signalisation routière, charte graphique assimilable



Renforcer la sécurité des automobilistes en limitant les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière

➤ Redondance d'informations

Pléthore d'enseignes sur les artères commerciales qui nuisent à leur lisibilité

Dispositifs d'information locale de type SIL qui signalent les activités faisant doublon avec les préenseignes alentours

Des établissements « sur-signalés »

Des préenseignes en surnombre...certaines pouvant être évitées par la mise en place d'une signalisation de type S.I.L.

SIL et RIS servant de support à des préenseignes et préenseignes utilisant les arbres comme supports



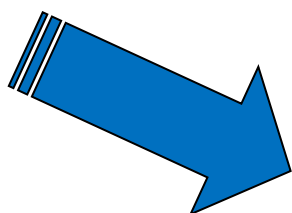
Privilégier la qualité et non la quantité ainsi que la lisibilité des enseignes et préenseignes

Développer le jalonnement de type SIL et les RIS en même temps que l'application du RLP

➤ Dégradation des grands paysages et des grands axes

Préjudice à la qualité paysagère et à la lisibilité sur les axes routiers, vitrines du territoire, entrées de ville : nombre important d'enseignes, préenseignes et publicités sur un territoire restreint

Atteinte à la préservation des perspectives paysagères



Améliorer la qualité et la lisibilité des principales artères de la commune

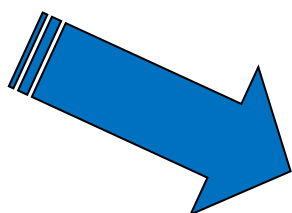
Valoriser le patrimoine paysager par la préservation des perspectives paysagères

➤ Dégradation du patrimoine bâti

Façades d'établissements dépréciées sur un plan esthétique par un nombre important d'enseignes et/ou de publicités

Sur les façades pignon, publicités murales situées au-dessus de la limite de l'égout du toit et proportion des publicités de taille importante par rapport aux superficies des façades

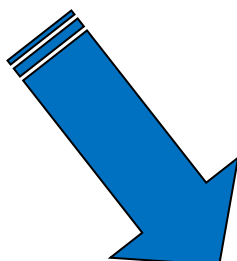
Manque d'harmonisation des préenseignes et enseignes pour un même établissement : utilisation de couleurs, formes, matériaux et calligraphies différentes



Trouver un équilibre entre lisibilité des enseignes et mise en valeur des bâtiments

➤ Des supports inadéquats

SIL et RIS servant de support à des préenseignes et enseignes utilisant les arbres comme supports



Développer le jalonnement de type RIS et SIL en même temps que l'application du RLP

Partie 5 : Définition des orientations et des objectifs

I- Les orientations générales définies par la municipalité

Sur le territoire d'un Parc Naturel Régional, la publicité est interdite en agglomération comme hors agglomération. L'affichage sauvage est un fait avéré et généralisé sur la commune.

La commune a un intérêt à mettre en place un Règlement Local de Publicité (RLP) du fait des besoins d'afficher ses activités économiques et touristiques et d'encadrer la publicité pour préserver ses paysages.

Le RLP doit être conforme aux recommandations de la charte du Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes.

Sur la base du diagnostic, la commune a défini les grandes orientations de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure.

La surcharge d'informations et leur mauvaise distribution génère des nuisances :

- atteinte à la qualité des paysages
- atteinte à l'efficacité des dispositifs
- atteinte à la sécurité des usagers de la route

I-1- Rendre le territoire communal plus attractif

L'attrait touristique du territoire repose sur des paysages en grande partie préservés, sur le respect et la mise en valeur de l'architecture locale et sur la qualité du cadre de vie.

Il est ainsi nécessaire de lutter contre l'affichage sauvage en encadrant l'affichage publicitaire. La mise en place du Règlement Local de Publicité devra permettre de rendre le territoire communal encore plus attractif.

Les enjeux liés à cette orientation sont les suivants :

- Améliorer la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers traversant la commune
- Valoriser le patrimoine paysager par la préservation des perspectives paysagères
- Trouver un équilibre entre lisibilité des enseignes et mise en valeur des bâtiments

I-2- Dynamiser l'activité commerciale

En dehors des considérations esthétiques liées à la préservation des paysages, à la mise en valeur de l'architecture locale et à la qualité du cadre de vie, il est avéré qu'une surcharge de dispositifs nuit à la lisibilité : établissements sur-signalés, trop nombreuses enseignes dans les artères commerciales car sur signalisation de certains établissements, doublons SIL-présenseignes...

Les enjeux liés à cette orientation sont les suivants :

- Privilégier la qualité et non la quantité ainsi que la lisibilité des enseignes
- Développer le jalonnement de type SIL et les RIS en même temps que l'application du RLP

I-3- Veiller à la sécurité des automobilistes

Cet aspect ne doit pas être négligé car il engage la responsabilité du maire : la gêne à la lisibilité de la signalisation routière par ajout de dispositifs publicitaires.

Les enjeux liés à cette orientation sont les suivants :

- Renforcer la sécurité des automobilistes en limitant les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière

II- L'adoption des recommandations du PNR Pyrénées Catalanes

Le PNR Pyrénées Catalanes, dans le guide des « bonnes pratiques » liste des orientations de principe en lien avec la préservation des paysages, l'intégration dans le site et le choix des matériaux, formes et couleurs des dispositifs.

II-1- Orientations de principe : intégration des dispositifs publicitaires dans leur environnement

- Eviter l'implantation de dispositifs se découpant dans le ciel (en haut d'une côte, d'une ligne de crête, etc...) et privilégier l'implantation dans les creux ou dans la pente
- S'appuyer sur des éléments du paysage (roche, végétal, bâtiment) pour éviter de casser les perspectives offertes par un paysage ouvert avec un panneau isolé
- Eviter l'implantation de dispositifs dans les cônes de visibilité et en particulier face à des panoramas
- Eviter la multiplication des panneaux « en rafale » : privilégier des supports pouvant accueillir plusieurs affichages, regrouper les messages.

II-2- Orientations de principe : intégration des supports publicitaires dans leur environnement

- Privilégier les panneaux dont le dos est peint dans une couleur adaptée à l'environnement
- Privilégier des teintes adaptées à l'environnement et aux différentes saisons (avec interdiction des couleurs fluorescentes ainsi que des couleurs faisant référence à des dispositifs de signalisation routière)
- Privilégier des formes rectangulaires (les panneaux ronds, octogonaux et triangulaires sont interdits car faisant référence à des formes de panneaux du code de la route)
- Homogénéiser les dispositifs publicitaires avec les Relais d'Information Service (RIS) et la Signalisation d'Information Locale (SIL) : mobilier urbain, par exemple.

III- Les objectifs définis par la municipalité

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune a arrêté les objectifs permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son Règlement Local de Publicité. Les objectifs définis sont conformes aux recommandations du PNR.

III-1- Objectifs pour les préenseignes et enseignes

A/ Les préenseignes permanentes

Les pré-enseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (L581-19), elles sont donc interdites sur l'ensemble du territoire (L581-8). Il peut être dérogé à cette interdiction, en agglomération, dans le cadre de l'élaboration du RLP.

Hors agglomération, seules les pré-enseignes temporaires et dérogatoires peuvent être signalées de manière harmonisée et dans certaines conditions.

Or, le diagnostic a montré que les pré-enseignes sont nombreuses sur la commune, hors agglomération comme en agglomération, en particulier les pré-enseignes permettant de signaler des hôtels et restaurants. La municipalité souhaite interdire les pré enseignes permanentes en les remplaçant par des dispositifs de type SIL (Signalisation d'Information Locale) et RIS (Relais d'Information Service) afin de concilier « préservation de l'attractivité du territoire et dynamisme des activités économiques locales ».

En effet, les SIL et les RIS permettent de faire mention des activités commerciales à condition qu'ils n'en fassent pas la publicité.

Sur le territoire du PNR Pyrénées Catalanes, il est permis de mentionner dans les SIL, les activités autorisant les pré-enseignes dérogatoires, de type hébergement, restauration et garage de réparation automobile.

Dans les RIS, un encart modifiable permet de dresser la liste des équipements, commerces et services de la commune. Pour les usagers de la route, les RIS sont généralement localisés à proximité de lieux où les automobiles peuvent se garer.

Objectif : Mettre en parallèle le jalonnement de type Signalisation d'Information Locale (SIL) et les Relais d'Information Service (RIS) avec les dispositifs autorisés dans le Règlement Local de Publicité en matière de pré enseigne permanente afin de limiter le nombre de dispositifs.

B/ Les pré-enseignes et enseignes temporaires

Compte tenu de son statut touristique, les manifestations ou animations et la dynamique immobilière sont capitales sur la commune des Angles. Aujourd'hui, l'affichage temporaires tend à être permanent et surabondant ce qui nuit à l'image de la station.

Dans la limite de la réglementation nationale et dans le respect des enjeux de préservation des paysages (limitation du nombre, de la taille, du type de dispositifs autorisés), l'objectif est d'encadrer l'installation des enseignes et pré-enseignes temporaires pour les opérations exceptionnelles ou immobilières.

C/ Les enseignes

La sur signalisation de certains établissement nuit à l'attractivité de la station et ne facilite pas la lisibilité de l'information

Il ressort du diagnostic les objectifs suivants :

- Harmoniser l'aspect des enseignes : non seulement au sein d'un même établissement, mais aussi au sein de la commune
- Limiter le nombre d'enseignes par établissement
- Favoriser la qualité esthétique des façades d'établissements en limitant le nombre, les dimensions et la surface des enseignes sur les façades.

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la Commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité extérieure en interdisant les possibilités de publicité lumineuse numérique sur le domaine public conformément à la réglementation nationale.

III-2- Objectifs pour la publicité

Sur le territoire communal, la publicité est actuellement interdite bien que le diagnostic ait noté la présence de plusieurs dispositifs. Dans le cadre de l'élaboration du RLP, il peut être dérogé à cette interdiction, en agglomération, dans la limite de ce que permet la réglementation nationale pour les

communes de moins de 10000 habitants et dans le respect de la charte signalétique du PNR Pyrénées Catalanes qui interdit notamment certains types de dispositifs.

A l'issue du diagnostic, la commune s'est fixé les objectifs suivants :

- Favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre, la surface et la densité des publicités sur façade
- Interdire la publicité scellée au sol et cadrer la publicité apposée sur mobilier urbain
- Protéger les entrées de ville
- Protéger panoramas et cônes de vision
- Créer un zonage adapté aux enjeux paysagers

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la Commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité extérieure en interdisant les possibilités de publicité lumineuse numérique sur le domaine public conformément à la réglementation nationale.

Partie 6 : Contenu du règlement et justification des choix retenus

I- Zonage : recommandation du PNR et zonage communal

Les Règlements Locaux de Publicité permettent d'autoriser l'affichage selon un principe de zonage. Les recommandations du PNR Pyrénées Catalanes sont édictées selon quatre zones possibles :

Zone 1 Secteur sensible : les coeurs de village ou à proximité de bâtiments de caractère ou encore dans la perspective d'un site naturel de qualité remarquable. Ces zones peuvent couvrir la surface du centre historique ou uniquement le linéaire de route qui traverse l'agglomération dans sa partie la plus qualitative.	Zone 2 Secteur peu sensible en l'absence d'Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (A.V.A.P.), de périmètre de protection de monument historique, de co-visibilité avec un monument historique ou de classement de site : zone pavillonnaire, quartier résidentiel où l'architecture et l'environnement présentent un intérêt moindre. Ces secteurs comportent parfois des entreprises qui souhaitent se signaler.
Zone 3 Centre commerciaux ou Zones d'Activités exclusifs de toute habitation (selon les termes de la loi), lorsqu'ils sont situés hors agglomération et en l'absence de mesures de protection paysagère. Comme indiqué plus haut, la municipalité peut intégrer à son R.L.P. des secteurs situés hors agglomération si ceux-ci comportent exclusivement des bâtiments à usage commercial ou industriel.	Zone 4 Sur l'emprise des gares ferroviaires hors agglomération et en l'absence de mesures de protection paysagère. Mêmes remarques que pour les zones d'activités en ce qui concerne l'affichage visible depuis une voie non incluse dans la zone 4. L'affichage doit impérativement concerner exclusivement les usagers situés sur l'emprise de la gare.

« Le zonage peut ne pas couvrir l'ensemble de l'agglomération ; dans les secteurs hors zonage, c'est la règle générale qui s'applique en tenant compte de l'appartenance à un PNR (publicité interdite entre autres)...

...Lorsque deux zones sont contigües et que des panneaux sont visibles depuis la zone la plus restrictive, ce sont les règles de cette zone qui s'appliquent...». Extrait de la charte signalétique du PNR Pyrénées Catalanes.

Le zonage retenu par la commune est le suivant.

Zone rouge : cœur de village

Secteur assimilable à la zone 1 du PNR PC

Il s'agit d'un secteur sensible qui reprend les contours de la ZPPAUP (zone UA du PLU) qui est devenu un **Site Patrimonial Remarquable** avec la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine du 7 juillet 2016.

L'installation d'une enseigne en site patrimonial remarquable est soumise à accord de l'ABF (premier alinéa de l'article L.632-1 du code du patrimoine).

Cette autorisation est délivrée au titre du code de l'environnement

Ce secteur englobe également le site inscrit « la porte et les vestiges du vieux château des Angles en Capcir » qui présente des sensibilités patrimoniales également importantes.

Zone jaune : secteur résidentiel et commercial

Secteur assimilable à la zone 2 du PNR PC

Ce secteur est moins sensible que le précédent. Il s'agit d'une zone urbanisée, composée de quartiers résidentiels et des artères commerciales de la Station : avenue de Mont-Louis et avenue de Balcère.

La zone jaune est en partie concernée par un site Natura 2000. Les secteurs compris dans l'emprise du site Natura 2000 :

- Sont déjà urbanisés
- Présentent un bâti dont la typologie est semblable en tout point aux secteurs urbanisés non compris dans les périmètres Natura 2000
- Ne sont pas concernés par des enjeux forts en matière de visibilité compte tenu du faible nombre de structures commerciales situés dans ces espaces.

Pour toutes ces raisons, il n'a pas été choisi de différencier le zonage : le traitement de la zone urbanisée sera similaire que l'on soit situé en zone Natura 2000 ou non compte tenu des faibles enjeux.

La zone 2 inclut également des secteurs non urbanisés à l'heure actuelle mais prévus à l'urbanisation dans le PLU de la commune des Angles. Tant que ceux-ci ne seront pas bâtis la réglementation « hors agglomération » de la zone 2 s'appliquera.

Zone bleue : secteur résidentiel et commercial en lien avec le domaine skiable

Autre secteur assimilable à la zone 2 du PNR PC comprenant les équipements du pied de piste inclus à l'agglomération des Angles

Cette zone n'a pu être assimilée à la zone 3. Il n'y a pas sur la commune de centre commerciaux ou de ZAE exclusive de toute habitation hors agglomération. Ce secteur n'est donc pas assimilable à la zone 3 du PNR PC.

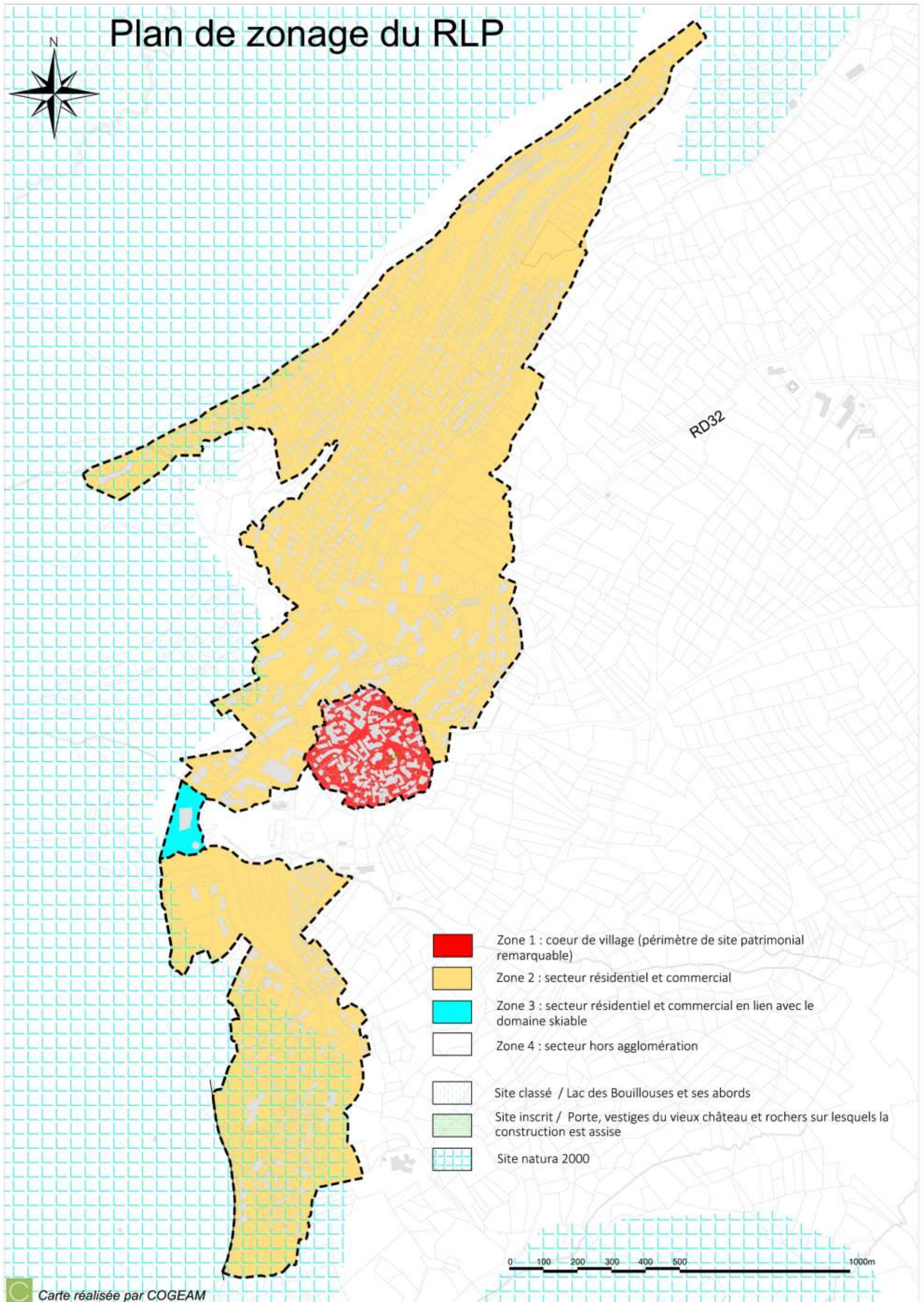
La zone 3 présentent des enjeux de mise en valeur et de promotion du domaine skiable et plus généralement de la station. Les dispositifs autorisés dans cette zone le seront dans cet objectif.

Zone blanche : zone de la commune hors agglomération y compris domaine skiable et lacs

Secteur hors agglomération comprenant la majeure partie du domaine skiable et les lacs de Matemale, de Balcère et des Bouillouses : la réglementation nationale s'applique sans dérogation : toute publicité est interdite, seules les préenseignes dérogatoires et les enseignes sont autorisées.

Cette zone inclut :

- La partie des sites Natura 2000 compris en zone naturelle et présentant des enjeux de biodiversité soulignés dans l'évaluation environnementale du PLU :
 - Zone spéciale de Conservation FR9101471
 - Zone de protection Spéciale FR9112024
- Le site classé des Bouillouses





II- Justification des choix retenus dans le règlement

II-1- Publicité : justification des règles

Réglementation commune à toutes les zones en matière de publicité :

a. La publicité est interdite :

- *Hors agglomération*
- *Sur plantations, poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne et sur tous types d'équipements publics urbains (conteneurs d'ordures ménagères...) ou de mobiliers urbains sauf cas explicitement mentionnés dans la suite du présent règlement*
- *Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;*
- *Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;*
- *Sur les murs de cimetière et de jardin public*
- *Sur les immeubles classés au titre des monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire*
- *Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
- *Sur les arbres ;*

b. Les publicités sur store et sur les oriflammes sont interdites ainsi que les publicités de type drapeaux (perpendiculaires à un mur).

c. Les prospectus (ou flyers) ne sont autorisés que s'ils sont distribués de la main à la main ou dans les boîtes aux lettres. Ils sont interdits sur les pare-brises.

d. Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- *soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;*
- *soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.*

Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

- e. L'exploitant d'un emplacement publicitaire doit remettre ce dernier dans son état initial dans un délai d'un (1) mois suivant la fin de l'exploitation. La remise en état comprend l'enlèvement du dispositif et les traces visibles de son existence.*

Le règlement reprend les interdictions de la réglementation nationale et certaines interdictions du PNR comme les publicités sur les bâches, en toiture, lumineuses et scellées au sol.

Les publicités sur store et sur les oriflammes sont interdites en raison de leur durée de vie limitée et de leur faible capacité d'intégration paysagère. Les publicités de type drapeaux (perpendiculaires à un mur) sont également interdites car elles sont jugées trop impactantes pour les bâtis support et pour le paysage d'une manière générale.

La commune a également souhaité limiter la distribution de prospectus en cohérence avec ses engagements en faveur du développement durable.

Les conditions d'enlèvement des dispositifs en fin d'exploitations et les densités des dispositifs sont conformes à la réglementation nationale.

En sus de ces règles générales, des dispositions particulières s'appliquent dans chaque zone.

Zone 1 : La publicité interdite

Zone 2 : les supports de publicité sont restreints. La publicité est uniquement autorisée sur les mâts porte affiche lorsque ceux-ci sont couplés aux dispositifs d'éclairage public et sur les devantures commerciales avec une taille et une densité réglementées. Sur de très courtes périodes (4j), les dispositifs temporaires sont également autorisés dans certaines conditions.

Zone 3 : les supports de publicité sont restreints. La publicité est uniquement autorisée sur les devantures commerciales et sur les équipements du domaine skiable compris dans l'agglomération dans des conditions restreintes de taille et de densité. Sur de très courtes périodes (4j), les dispositifs temporaires sont également autorisés dans certaines conditions.

Zone 4 : La publicité est interdite

Dispositions particulières aux zones en matière de publicité :

PUBLICITE	REGLEMENT ADAPTE PAR ZONES	PRINCIPES JUSTIFICATIFS
Zone 1 : Cœur de village	Publicité interdite	La zone inclut un Site Patrimonial Remarquable et un site inscrit qui constituent des secteurs où la publicité est interdite au titre de l'article L.581-8 du code de l'environnement. La mise en place d'un RLP offre la possibilité de déroger à cette interdiction dans la mesure où les règles établies sont plus restrictives que la réglementation nationale et conformes à la charte signalétique du PNR PC. Cette dernière autorise la publicité en cœur de village sur le mobilier urbain de type « journal lumineux » (uniquement pour les annonces). Le choix a été fait de maintenir l'interdiction de publicité en cœur de village en raison de la valeur patrimoniale de celui-ci. Le RLP des Angles est donc plus restrictif que la charte du PNR et ne déroge pas à la réglementation nationale pour les Sites Patrimoniaux Remarquables et les sites inscrits, afin de préserver le patrimoine architectural, naturel ou paysager.
Zone 2 : Secteur résidentiel et commercial	Publicité interdite : • sur bâche • en toiture • lumineuses • scellées au sol lumineuse ou non Publicité autorisée : • sur mât porte-affiche lorsque ceux-ci sont couplés aux dispositifs d'éclairage public • intégrée aux devantures commerciales avec des contraintes de surface et de densité Des conditions différentes sont tolérées pour des événements sportifs temporaires : leur nombre est limité à deux dispositifs par manifestation et leur superficie ne peut excéder 2.00m².	Les zones 2 et 3 du RLP se réfèrent à la zone 2 du PNR PC des secteurs résidentiels. Ces secteurs sont néanmoins différents en terme d'enjeux : - Dans la zone 2, il s'agit surtout de limiter le nombre et les surfaces de dispositifs « publicitaires » au vu de la forte concentration de commerces sur les artères commerciales et donc de rendre les dispositifs plus efficaces - Dans la zone 3, il s'agit des équipements et bâtiments du domaine skiable compris dans l'agglomération et sur lesquels la promotion de la Station doit être possible. Les interdictions de publicité sur certains supports sont conformes à la charte du PNR PC et à la réglementation nationale.

Zone 3 : Secteur résidentiel et commercial en lien avec le domaine skiable	Publicité interdite : • sur bâche • en toiture • lumineuses • scellées au sol lumineuse ou non Publicité autorisée : • sur équipements station et sur bâtiments commerciaux avec des contraintes de format et d'emplacement • pour des événements temporaires de type manifestations sportives Les publicités doivent être intégrées aux devantures commerciales, les dispositions sont identiques à la zone 2. La publicité est également autorisée sur les équipements du domaine skiable compris dans l'agglomération et dans des conditions restreintes de taille et de densité : • Sur la Gare du télécabine et départs télésiège à condition qu'elle soit liée à la promotion de la station, n'excède pas 4.00m² et ne se situe pas à une hauteur supérieure à 6.00m par rapport au sol. • sur équipements liés aux activités du domaine skiable tels que les dispositifs de sécurité et les panneaux réglementaires des pistes à condition que la surface des dispositifs ne recouvrent pas plus du dixième de la surface de l'équipement (dans la limite de 1.50m²)	La commune se veut plus souple quand il s'agit de manifestations sportives temporaires afin de ne pas s'interdire de communiquer sur des événements cohérents avec sa qualité de village-station. Les dispositifs concernés ne peuvent être affichés que 4 jours maximum. Dans la zone 2, la publicité est autorisée sur les mâts porte affiche couplés avec l'éclairage public dans les limites de format autorisées par le PNR PC pour éviter la surabondance de dispositifs. Les autres publicités sont uniquement autorisées lorsqu'elles sont intégrées aux devantures commerciales ou lorsqu'elles sont placées sur des équipements du domaine skiable. Ces limitations sont posées pour atteindre un objectif de limitation de l'impact visuel des publicités nuisant à la qualité de l'information (surabondance) et aux paysages urbains ou naturels (taille ou emplacement). Aucun dispositif ne pourra se découper dans le paysage et porter atteinte aux perspectives sur le lac de Matemale. En zone 3, la promotion de la station prime et les dispositifs autorisés ne le sont que dans cet unique but.
Zone 4 : Zone de la commune hors agglomération y compris domaine skiable et lacs	Publicité interdite	Hors agglomération la publicité est interdite conformément à la réglementation nationale et à la charte signalétique du PNR PC.

II-2- Pré-enseignes : justification des règles

Pré-enseignes permanentes

Les pré-enseignes permanentes sont interdites en agglomération. Hors agglomération, seules sont autorisées les pré-enseignes permanentes dérogatoires : activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Dans le règlement, pour les pré-enseignes dérogatoires, il est fait un rappel de la réglementation nationale en ce qui concerne les formats et dispositifs autorisés : articles R.581-66 et R.581-67 du code de l'environnement.

Pour pallier à l'interdiction des pré-enseignes et pour faciliter la signalisation des établissements et des activités s'exerçant en retrait des axes les plus importants de circulation, un plan de jalonnement communal de type « Signalisation d'Information Locale » (SIL) est prévu par la commune.

Ces panneaux indicateurs standardisés qui répondent aux dispositions du Code de la Route et à la Charte du PNR Pyrénées Catalanes, sont regroupés à des endroits clés du territoire.

Afin que l'ensemble des dispositifs implantés soit harmonieux, les caractéristiques (forme, matériaux, couleurs...) des pré-enseignes permanentes autorisées dans le RLP (pré-enseignes dérogatoires) sont calquées sur celles de la SIL (Signalisation d'Information Locale).

Les spécifications techniques des pré-enseignes permanentes (hors agglomération) sont une déclinaison du Schéma directeur de Signalétique du CG66, qui a lui-même édicté un certain nombre de principes à respecter pour la SIL installée hors agglomération. Afin d'assurer la continuité des signaux pour l'utilisateur, les mêmes spécifications techniques que pour la SIL sont déclinées pour les pré-enseignes autorisées dans le RLP.

Pré-enseignes temporaires

En agglomération (donc hors zone 4 et hors zone 2 non urbanisée à ce jour) :

Les pré-enseignes temporaires scellées au sol sont autorisées sous conditions dans chaque zone et uniquement :

- lorsqu'elles signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristiques, des opérations exceptionnelles de moins de trois mois
- ou lorsqu'elles sont installées pour plus de trois mois pour signaler des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction ou réhabilitation.

Pour les pré-enseignes temporaires, hors agglomération :

Les pré-enseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas 1,00 mètre x 0,70 mètre et si leur nombre est limité à quatre (4) par opération ou manifestation. Ces prescriptions sont conformes à l'article R581-71 du Code de l'Environnement mais plus restrictives en matière de dimensions en raison des forts enjeux paysagers de la commune mis en évidence dans le diagnostic.

PREENSEIGNES	REGLEMENT ADAPTE PAR ZONES	PRINCIPES JUSTIFICATIFS
Zone 1 : Cœur de village	Pré-enseignes permanentes interdites en agglomération	Seuls les cas dérogatoires prévus par le code de l'environnement sont autorisés en matière de pré enseigne permanente afin de protéger les paysages. Cette disposition ne concerne que les parties de la zone 2 non urbanisées à ce jour étant donné que les pré enseignes permanentes sont interdites en agglomération.
Zone 2 : Secteur résidentiel et commercial	Hors agglomération : seules les pré enseignes permanentes dérogatoires sont autorisées Les pré enseignes temporaires sont autorisées sur mobilier urbain mise en place à cet effet par la mairie et limitées à un dispositif par opération Leur taille standardisée : format A3	Les pré-enseignes temporaires sont restreintes et ne peuvent être mise en place que sur les espaces prévus à cet effet par la mairie afin de limiter l'impact visuel de ses dispositifs.
Zone 3 : Secteur résidentiel et commercial en lien avec le domaine skiable	En agglomération, les pré-enseignes permanentes sont interdites. Hors agglomération, sont uniquement autorisés les dispositifs dérogatoires prévus par le Code de l'Environnement et rappelés à l'article PE1. En agglomération, les pré-enseignes temporaires peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas 1,00 mètre x 0.70 mètre et si leur nombre est limité à deux (2) par opération ou manifestation.	Seuls les cas dérogatoires prévus par le code de l'environnement sont autorisés en matière de pré enseigne permanente afin de protéger les paysages. Afin de permettre la signalisation de manifestation en lien avec l'animation du domaine skiable, certaines pré-enseignes temporaires sont autorisées.
Zone 4 : Zone de la commune hors agglomération y compris domaine skiable et lacs	Pré-enseignes permanentes et temporaires interdites sauf cas dérogatoires prévues par le code de l'environnement	Dans la zone 4, les enjeux d'atteinte à la qualité des paysages sont forts, les pré-enseignes permanentes sont interdites sauf cas dérogatoires prévus par le code de l'environnement. Les pré enseignes temporaires ne sont pas autorisées pour protéger l'espace naturel.

II-3- Enseignes : justification des règles

Le règlement rappelle que l'installation d'une enseigne est soumise à déclaration préalable. Dans le but d'atteindre une harmonie à l'échelle du territoire, la réglementation des enseignes est sensiblement identique pour toutes les zones.

ENSEIGNES	REGLEMENT ADAPTE PAR ZONES	PRINCIPES JUSTIFICATIFS
Zone 1 : Coeur de village	La réglementation est la même dans toutes les zones en ce qui concerne les couleurs et les matériaux.	La réglementation est la même dans toute les zones afin de permettre une harmonisation qualitative.
Zone 2 : Secteur résidentiel et commercial	« Quel que soit leur type, les enseignes doivent privilégier les couleurs recommandées dans le guide pratique de la signalétique du PNR. »	Il y a des différences sur les dispositifs autorisés ou non et les surfaces cumulées autorisées par façades : ces différences concernent la zone 1 pour des motifs de valeur patrimoniale plus importante du centre ancien. Cependant, il est demandé en tout lieu, de respecter l'architecture des bâtiments.
Zone 3 : Secteur résidentiel et commercial en lien avec le domaine skiable	Les matériaux utilisés excluent la matière plastique : bois ou métal sont préconisés. De plus, « Les enseignes doivent être implantées de façon à respecter l'architecture du bâtiment. Elles ne doivent pas masquer ou recouvrir les éléments architecturaux ou décoratifs existants. ».	
Zone 4 : Zone de la commune hors agglomération y compris domaine skiable et lacs	Certains dispositifs sont interdits : • les enseignes installées sur store ou auvent SAUF celles installées sur lambrequin • les enseignes sur les balcons, balconnets, garde-corps, toitures et terrasses ainsi que tout dispositif dépassant des limites de l'égout du toit. • les véhicules terrestres utilisées ou équipées aux fins essentiellement de servir de support à des enseignes; • les drapeaux, oriflammes et calicots, SAUF ceux constituant des enseignes liées à des activités temporaires dans l'ensemble des zones et ceux liées à des activités saisonnières dans la zone 3. Au-delà de la réglementation des couleurs et des matériaux, les enseignes sont limitées par : type d'enseigne, nombre de dispositif par établissement, position, taille. Ces caractéristiques peuvent légèrement varier pour répondre aux différents enjeux des zones. Les enseignes ne peuvent être installées qu'en rez-de-chaussée. Pour les établissements dont l'activité s'exerce uniquement à l'étage ou sur plusieurs étages d'un immeuble, les enseignes sont autorisées uniquement à l'étage le moins élevé ou s'exerce l'activité.	Le règlement limite les dispositifs dans l'occupation de l'espace de manière verticale et de manière horizontale pour permettre aux enseignes d'être plus lisibles en cadrant leur dispersion par souci de non atteinte à la qualité du paysage urbain. Certaines dispositions visent la sécurité des piétons et la circulation des véhicules : les dispositifs ne devant pas porter atteinte à la sécurité ou occasionner de gêne.

	Les enseignes temporaires sont aussi réglementées. Quand elles sont installées pour plus de trois mois, le règlement est strict : • lorsqu'elles signalent une location ou une vente de fonds de commerce • lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières. Pour les ventes ou les locations, il faut obligatoirement que les enseignes soient installées à l'intérieur des baies vitrées. Pour les travaux publics et les opérations immobilières, les enseignes sont réglementées en nombre, en surface et en matériaux (le bois est obligatoire). Les enseignes temporaires, pour une durée de moins de trois mois et signalant des manifestations, sont aussi réglementées en nombre, dimensions et dispositifs mais les oriflammes sont autorisées. C'est le seul cas où celles-ci le sont. Les enseignes lumineuses doivent être éteintes entre 23h et 7h00 du matin.	Le règlement fait une différence entre les enseignes temporaires installées pour moins de trois et pour plus de trois mois. Pour les plus de trois mois, compte-tenu du caractère incertain de la durée, la commune se veut vigilante et les dispositions prises sont en cohérence avec celles des enseignes permanentes. Ces dispositions sont conformes aux recommandations du PNR et plus restrictif que la réglementation nationale.
--	--	---